

أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الإجتماعي

من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية

Social Networks Usage Ethics

According to Media and Law Teachers View Point at the Jordanian Universities

إعداد

سلطانة جدعان نايف الخريشة

الرقم الجامعي (401320112)

إشراف

د.كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالا للحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام - جامعة الشرق الاوسط

كانون الأول2016

تفويض

أنا **(سلطانة جدعان نايف الخريشه)** أفوّض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وألكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنيّة بالأبحاث والدراسات العلميّة عند طلبها.

الاسم: سلطانة جدعان نايف الخريشه

التاريخ: **19\12\2016**

التوقيع:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة، وعنوانها:**((أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الإجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية))**. وأجيزت بتأريخ ٢٠١٦/١٢/١٩ :

أعضـاء لجنة المناقشة:

ت	الاســـــم	الصفة	التوقيع
1	د. كامل خورشيد مراد	مشرفا	
2	أ.د حميدة سميسم	رئيسا	
3	أ.د حارث عبود	ممتحنا خارجيا	

شكر وتقدير

الحمد لله الذي تتم به الصالحات... وأصلي واسلم على المبعوث رحمة للعالمين محمد صلى الله عليه وسلم واله وصحبه أجمعين.. وبعد

الشكر لله أولا .. صاحب الفضل والمن والعطاء... فيارب لك الحمد والشكر أن أنعمت علي إنجاز هذه الدراسة..

ثم أشكر جامعتي جامعة الشرق الأوسط متمثلة بأمينها ورئيسها وعمدائها وجميع العاملين فيها...

وأشكر مشرفي القدير الدكتور كامل خورشيد مراد على تكرمه بالإشراف على هذه الرسالة وإرشاداته التي جودت الرسالة .. وتوجيهاته العلمية القيمة. والشكر موصول لجميع أساتذتي الذين شرفوني طيلة فترة الدراسة كوني طالبة بين إيديهم.. لهم مني قوافل الشكر والعرفان.

واتقدم بشكري الجزيل إلى لجنة المناقشة الموقرة: وهم كل من :أ.د حميدة سميسم, رئيسا , وأ.د حارث عبود ممتحنا خارجيا , لما أبدوه من ملاحظات وتعديلات عدلت الرسالة وجودتها علميا ، فلهم مني عظيم الشكر.

كما أشكر زملائي الذين صحبتهم في فترة الدراسة وتعرفت اليهم في رواق جامعة الشرق الأوسط.. لهم مني جزيل الشكر والامتنان.

وإلى جميع من حضر ودعم من قريب أو بعيد..

الباحثة

الإهداء

إلى وطني المستوطن في قلبي..

المملكة الأردنية الهاشمية.. إكراما.. وحباً

والى روح والدي الذي فارق الحياة باكرا ..

ولم أنعم بالنظر إليه .. شوقاً .. وشوقا

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

الملخص

أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الإجتماعي
من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية
Social Networks Usage Ethics

(2016)

Social Networks Usage Ethics

According to Media And Law Professors view point At the Jordanian Universities

إشراف

الدكتور كامل خورشيد مراد

إعداد

سلطانة جدعان نايف الخريشة

كلية الإعلام – جامعة الشرق الأوسط

هدفت الدراسة إلى الوصول إلى ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الإجتماعي من قبل الجمهور، واعتمدت المنهج الوصفي وأداة الاستبانة التي طبقت على عينة من اساتذة الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية بلغت(63) استاذا، ومن ابرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي:

1.إن احترام خصوصية الفرد يجب أن تتصدر العناصر الأخلاقية في استخدام الشبكات من قبل الجمهور.

2.إن الأسرة هي المسؤولة بالدرجة الأساس عن توجيه الأبناء لاختيار الأنسب والأفضل لاستخدام أبنائها لوسائل الإتصال عامة وشبكات التواصل خاصة.

3.أبرز القيم الأخلاقية التي توافق عليها الإكاديميون من الإعلاميين والقانونيين عند النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي: الأمانة, المصداقية عند نشر أي شيء، والمحافظة على الآداب

العامة، وعدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل، والتركيز على نشر الوعي لدى الشباب للاستخدام الأمثل لهذه الشبكات، وأن يكون المنشور مكتوباً بلغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها، وتجنب استخدام السب أوالذم أو القدح تجاه الآخرين، ونشر القيم والأخلاق والدين، والتركيز على تبادل ونقل الثقافات، وعدم استخدام الأسماء المستعارة.

كلمات مفتاحية [الأخلاقيات، الإعلام، القانون، الجامعات الأردنية,شبكات التواصل الأجتماعي]

Abstract

Social Networks Usage Ethics

Media And Law Teachers View Point at the Jordanian Universities

Supervised By:

Dr. Kamel Khurshid Murad

Prepared by:

Sultana Jadan Al Khresha

Faculty of Media- MEU

The study aimed to make an ethics Pacts of using social networks by the mass,depending on descriptive curriculum and a questionnaire at (63) of academics of law and media in Jordanian universities ،So the study concluded some results as;

1. Respecting of the individual privacy is one of the most important elements of moral conventions
2. The family is the mainly responsible for directing the children to choose what the most appropriate and best means of communication to use by children.
3. Some of the leading moral values of publishing across social networks that approved by the academics of media and legal experts :Secretariat and credibility when you publish anything, the preservation of public morals, observance on the moral and legal limits in communication, focusing on raising awareness among young people of the optimal use of these networks, observance on a good language when determines publication, avoid the use of libel and slander or mug sets toward others, dissemination of values and ethics and religion, focus on the exchange and transfer of cultures, and finally, do not use aliases.

Key Words [Ethics ،Media ،Law & Jordanian Universities,Social Media)

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتـها

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

تمهيد

مع بزوغ نجم الألفية الثالثة، وتنامي التطورات السريعة في المجتمعات الحديثة، برزت ظاهرة إعلامية - أجتماعية جديدة في نمطها تتمثل بظهور شبكات التواصل الإجتماعي(SocialMedia) التي استحوذت على اهتمامات فئات عريضة من الجمهور حتى بات اليوم الملايين من البشر يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي لمختلف الأغراض، للترفيه، والتعليم، والإعلان، والتواصل، والنشر، واكتساب المهارات، والخبرات، ونشر المذكرات والصور، والبحث عن الوظائف، والتعارف والزواج، وتعلم لغات ومهارات كثيرة.

ومع ظهور هذه الثورة المعلوماتية الهائلة مع بدايات القرن الحالي، الحادي والعشرين، واقتحامها مختلف جوانب الحياة في المجتمع، وتحول الجمهور من متلق سلبي الى متلق ايجابي، برزت بذلك الوقت مشكلات أخلاقية كبيرة جدا مصاحبة للثورة الإتصالية، وناتجة عن تطبيقاتها الحديثة، نتيجة التدفق الحر للمعلومات دون قيود أو شروط ولسهولة وصول الناس إلى هذه الشبكات ولإلغاء حدود الزمان والمكان، واضمحلال دور حراس البوابة الإعلامية وانتفاء دور التدقيق والمراجعة والتمحيص، حتى بدا المشهد عالميا وكأن الجميع في شغل شاغل عن النشر والتعليق والتحليل بحيث اصبحت المشكلة الحالية غزارة المعلومات كما ونوعا مما تطلب اعادة النظر بالكثير من الأساسيات والمفاهيم التقليدية السائدة .

إن المشكلات الأخلاقية والسلوكية التي ظهرت نتيجة للثورة الإتصالية الحالية وجدت لها أصداء وآثاراً على المجتمعات المعاصرة، فبقدر ما كانت هناك جوانب إيجابية كثيرة كمعطيات لهذه الثورة وفيها تسهيل التواصل بين البشر وإعطاء دور للمواطن البسيط لكي يكون بمثابة القائم بالإتصال وانحسار الرقابة والقيود وشيوع التعددية الاعلامية وغيرها من الإيجابيات الكثيرة، فإن هناك بالمقابل سلبيات رافقت هدا النمو المتسارع في قطاع الإتصال والأعلام.

أن هذا البحث يتصدى لهذه الجزئية من التطور المتعلقة بما تشكله شبكات التواصل الإجتماعي من تأثيرات اخلاقية تطال سلوك وتعامل العديد من المستخدمين تطال الجوانب السلوكية والمعرفية والعاطفية والوجدانية والأخلاقية.

وانطلاقا من هذه الظاهرة الجديدة فإن البحث رأى أن يستعين بمدرسي الإتصال والإعلام والقانون في جامعات المملكة الأردنية الهاشمية لتحديد معايير منضبطة وواعية وقانونية وأخلاقية تحكم التعاطي من قبل الجمهور مع هذه الوسائل المتطورة ونعني بها شبكات التواصل الإجتماعي.

ولأغراض الدراسة فقد تم الرجوع إلى الأدب النظري حول هذه الظاهرة وإستعراض ونقد وتحليل الدراسات السابقة ومن ثم بناء أداة بحثية مناسبة تطبق على مجتمع البحث الذين هم أعضاء الهيئة التدريسية بمجال الإتصال والإعلام. وخضعت هذه الأداة للشروط العلمية في هذا المجال فضلا عن استعانة الباحثة بالمصادر والمراجع العربية والأجنبية التي تتعلق بالموضوع.وفي الإطار النظري أيضا تمت مناقشة مدى استفادة الدراسة من نظرية الاستخدامات والإشباعات المتحققة من وسائل الإعلام.

وتم تقسيم الدراسة إلى خمسة فصول؛ خصص الفصل الأول لمقدمة الدراسة وخلفيتها، ومشكلة الدراسة وأهدافها، أما الفصل الثاني، فتم تكريسه للأدب النظري والنظريات المستخدمة والدراسات السابقة التي استفادت منها الدراسة، أما الفصل الثالث، فقد خصص لمنهجية الدراسة من مجتمع وعينة الدراسة والمنهج الإحصائي المستخدم في استخلاص نتائجها، والفصل الرابع تم استعراض فيه نتائج الدراسة، ثم أخيرا الفصل الخامس لمناقشة هذه النتائج والتوصيات.

مشكلة الدراسة

مع انتشار شبكات التواصل الإجتماعي في المجتمعات المعاصرة وبلوغ مستخدميها أرقاما كبيرة، فإن الحاجة تدعو لدراسة المبادئ الأخلاقية التي يفترض أن تحكم إستخدام الجمهور لهذه الشبكات لما لها من تأثير على الواقع وما تفرزه من نتائج ومعطيات. ولهذا فان مشكلة هذه الدراسة تكمن في السؤال الأتي: ما المبادئ الأخلاقية والأسس والمعايير التي يراها مدرسي الإتصال والإعلام والقانون في المملكة الأردنية الهاشمية مناسبة لكي تكون بمثابة ميثاق أخلاقي يحكم إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي من قبل الجمهور؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى الوصول إلى ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الإجتماعي من قبل الجمهور بحيث يتضمن هذا الميثاق مبادئ وأسساً ومعايير مقترحة للإستخدام وموضوعة من قبل عينة الدراسة الذين هم أساتذة الأعلام والإتصال والقانون، ويتفرع عن هذا الهدف الكبير الأهداف الفرعية التالية:

1.تحديد المعايير المناسبة لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في مجال نشر المعرفة والاستفادة منها.

2.وضع محددات لعدم انتهاك خصوصيات المواطن عبر هذه الشبكات.

3.دور الأسرة ومؤسسات التنشئة الإجتماعية الأخرى في توجيه الأبناء لكيفية استخدام هذه الشبكات.

4.تشخيص القيم الأخلاقية التي أفرزتها تجربة شبكات التواصل الإجتماعي.

أسئلة الدراسة

تنطلق أسئلة الدراسة من السؤال الرئيس الاتي:

ما المعايير والأسس التي يقترحها مدرسي الإتصال والإعلام والقانون في المملكة الأردنية الهاشمية للوصول إلى ميثاق شرف أخلاقي لاستخدام الجمهور لشبكات التواصل الإجتماعي ومن هذا السؤال يمكن صياغة أسئلة فرعية كما يأتي:

1.ما المعايير المناسبة لاستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في مجال نشر المعرفة والأستفادة منها ؟

2.ما المحددات لعدم انتهاك خصوصيات المواطن عبر هذه الشبكات ؟

3.ما دور الأسرة ومؤسسات التنشئة الإجتماعية الأخرى في توجيه الأبناء لكيفية استخدام هذه الشبكات ؟

4.ما القيم الأخلاقية التي يمكن استخلاصها من إجابات الفئة المبحوثة والتي تكون مناسبة كقواعد أخلاقية مناسبة لاستخدام شبكات التواصل ؟

إن الذي سيجيب عن هذه الأسئلة هم عينة من مجتمع الدراسة وهم أساتذة الإتصال والإعلام والقانون في المملكة الأردنية الهاشمية.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

1.أنها تسعى لوضع معايير أخلاقية في جانب مهم من جانب الإعلام وهو شبكات التواصل الإجتماعي.

2.الحد من الآثار السلبية الناجمة عن استخدام الجمهور لهذه الشبكات.

3.تعميق الآثار الإيجابية الناجمة عن استخدام الجمهور لهذه الشبكات.

4.إثراء المكتبة العلمية بمعلومات ونتائج قد تفيد المخططين والمهتمين بهذا الموضوع.

مصطلحات الدراسة

1.أخلاقيات الأعلام: يعرف هوسمان الأخلاقيات بأنها ذلك الفرع من الفلسفة التي تتناول المسائل المتعلقة بالصحة والخطأ والخير والشر، وعلى ذلك فإن مصطلح أخلاقي عادة ما يعني السلوك المتسق مع الصحة والخير.(صالح، 2012، ص58، 76).

الأخلاق - إجرائيا: مجموعة السلوكيات القيمية التي ينبغي أن يلتزم بها العاملون في وسائل الإعلام.

2.الاستخدامات: يعرفها"يافيس فرونسوا لوكاياديلك"بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم،فحينما يصبح الإستعمال متكررا ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام فعلا.(دليو، 2003، ص27).

الاستخدامات إجرائيا: مجموعة الاسباب التي تدفع الصحفيين والإعلاميين للتعرض للصحافة الإلكترونية.

3.شبكات التواصل الاجتماعي:هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤن وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت أسمها الإجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر.(المنصور، 2012)

شبكات التواصل الاجتماعي- إجرائيا: هي مجموعة الشبكات التواصلية؛ الفيس بوك والتويتر والانستغرام وغيرها من التطبيقات التي يستخدمها الأفراد عبر الإعلام الجديد.

الخصوصية الفردية: هي حق للفرد ليحافظ على معلوماته الشخصية, وحياته الخاصة.(ويكبيديا)

انتهاك الخصوصية الفردية: هو الإطلاع على خصوصيات الأخرين دون علمهم أو أذن منهم.(ويكبيديا)

حدود الدراسة

حدود زمانية:الفصل الدراسي الثاني 2015\ 2016

حدود جغرافية:المملكة الأردنية الهاشمية.

حدود تطبيقية:أساتذة الإعلام والإتصال والقانون في الجامعات الأردنية.

محددات الدراسة

بالنظر لتجانس مجتمع الدراسة فكريا وثقافيا واجتماعيا نسبيا، فإن نتائج مثل هذا البحث يمكن تعميمها على مجتمع البحث الأصلي، وأن ما يحكم تعميم النتائج أيضا هو إجراءات بناء أداة الدراسة وثباتها وصدقها ومدى استجابة المبحوثين لها.

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولا: الأدب النظري

منذ أن ظهرت وسائل الإعلام, التقليدية منها والجديدة, واستأثرت بإهتمام الجمهور, ظهرت النظريات المفسرة لهذه الوسائل وتصدرت الأبحاث التي تناولت ظاهرة الإعلام من مختلف الجوانب.

وبخصوص شبكات التواصل الأجتماعي الحديثة التي أخذت هويتها وشكلها المميز مع نهايات التسعينيات في القرن العشرين الماضي, وتشكلت ملامحها الحالية خلال السنوات الأخيرة ,فأن النظريات الإعلامية التقليدية ظلت أحكامها ومبادئها تؤطر هذه المستحدثات الإعلامية من جوانب الجمهور والاستخدام والتأثير والدور والوظائف اذا ما نظرنا الى شبكات التواصل الإجتماعي على أنها ظاهرات اتصالية – إعلامية -حديثة لها نفس مهام ووظائف وتأثير ودور وسائل الإعلام التقليدية.

ومن هذه النظريات التي وجدت الباحثة أن لها علاقة بإستخدام الجمهور لوسائل الإعلام والتأثير المحتمل والمتوقع لهذه الوسائل على الجمهور.

نظرية الإستخدامات والإشباعات:

ترجع بدايــة الاهتمام بدراســة الإشباعات المتحققة للجمهـور من استخدام وســائل الإعــلام إلى الأربعينيات، حيث إن هذه النظرية تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري بشكل وظيفي منظم, إذ يرى مؤيدو هذه النظرية أنها تنطلق من عدة فروض أساسية منها ان الجمهور يشارك بشكل فاعل في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته. كما أن استخدام وسائل الاتصال يعبر عن الحاجات التي يدركها الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الأجتماعي, وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد (مكاوي , والسيد ,2006ص239).

لقد افترضت النظريات القديمة- الكلاسيكية - أن الجمهور متلقي سلبي حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الإيجابي ,الذي يبحث عما يريد التعرض إليه ,ويتحكم في اختيار الوسائل التي تلبي احتياجاته, والمضامين التي تحقق إشباعاته. (الغريب,2001,ص179).

ولقد حدد بعض الباحثين دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام إلى فئتين؛ وهي كالتالي:(Palmgreen et al, 1992 P.14) و (مكاوي والسيد2006,ص244).

-اشباعات المحتوى: وهي الإشباعات التي تنتج عن التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية وترتبط بها أكثر من ارتباطها بنوع الوسيلة المستخدمة.

- اشباعات عملية الاتصال: وهي الإشباعات التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الوسيلة، وتنقسم إلى:
- اشباعات شبه توجيهية.

- اشباعات شبه اجتماعية.

وتسعى النظرية لتحقيق عدة أهداف منها الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، و دوافع الاستخدام لوسيلة معينة. و"الإشباعات المطلوبة" التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدام وسائل الاتصال و"الإشباعات المختلفة"من وراء هذا الاستخدام. (أسعد،2011،ص57).

<u>وظائف وسائل الإتصال حسب الياهو كاتز</u>: فقد حدد كاتز الوظائف الرئيسية التي يمكن أن تخدم فيها الإتجاهات لشخصية كل فرد وبالتالي تؤثر في سلوكه وهي:(نقلا عن : عبدالحميد، 2004، ص240) و(McQuail, 2005, P.424)تتمثل في وظيفة الدفاع عن الذات والتعبير عن القيم واكتساب المعرفة.كما رأى دينيس ماكويل أن وسائل الإتصال تؤدي وظائف إعلامية ,وتنمية شخصية ذاتية ,ومساهمة في التماسك الأجتماعي .

وفي هذا الصدد فقد ظهرت عدة تصنيفات للحاجات والدوافع أبرزها تصنيف **ماسلو** كما يلي: (مكاوي، والسيد، 2006، ص248)

1.**الحاجات الأساسية:** مثل الحاجة إلى التواصل مع الآخرين، الحاجة إلى الاستقرار الاجتماعي، الانتماء

2.**الحاجات الثانوية:** مثل الحاجات المعرفية كحب الاطلاع والمعرفة بمختلف الأحداث وغيرها

كما صنف الدوافع إلى:

- دوافع فردية داخلية: وهي رغبة الفرد للقيام بشيء لذاته لتحقيق اشباعات فردية.

- دوافع اجتماعية خارجية: تنتج من خلال علاقة الفرد بمجتمعه حيث يقوم الفرد بأفعال معينة بدافع إرضاء المحيطين به أو الحصول على تقديرهم أو إثباتا لذاته، أي كما يرى دينيس ماكويل أن الحاجات والدوافع الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية والاجتماعية.

وتستفيد الدراسة من هذه النظرية من خلال تأكيد الدراسة على أن الجمهور مشارك بشكل فاعل في عملية الاتصال الجماهيري وأن استخدامه لوسائل الاتصال الجماهيري هو للتعبير عن الحاجات التي يدركها الجمهور ، كما تستفيد الدراسة من هذه النظرية في تركيزها على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، ودوافع الاستخدام، ومدى الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامها وسائل الاتصال والإشباعات المتحققة من وراء هذا الاستخدام.

نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام

نشأت نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام "منذ السبعينيات من القرن العشرين الماضي ومن النظريات التي وجدت الباحثة أنها تلبي هدف الدراسة وذات علاقة بمشكلة الدراسة هي نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام من قبل الجمهور في تشكيل أنماط التفكير ومحددات السلوك ومقتضى الاستخدام ونوعية التأثير .

إن الهدف الرئيس لهذه النظرية هو تفسير لماذا يكون هناك تأثيرات قوية مباشرة لوسائل الإتصال الجماهيرية ويكون هناك تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما(اسماعيل, 2003-ب،ص278).

وتتسم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بكونها: نظرية ذات منشأ سيسيولوجي وظيفي تنظر إلى المجتمع بإعتباره تركيباً عضوياً من حيث كون أي تأثير محتمل من جراء ذلك الإعتماد يعتمد بشكل ما على الظروف المصاحبة لموقف محدد.(درويش، 2005، ص27)

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الإعتماد على النحو الآتي "إن مقدرة وسائل الإتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف".

لقد كانت البدايات الأولى لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثيه بعنوان"منظور المعلومات"وطالبوا فيها بضرورة الإنتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة إعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى. (مكاوي والسيد، 2003، ص73).

تركز نظرية الإعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الإجتماعي تتسم بخصائص إجتماعية من الإعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الإجتماعي من حولهم.

وقد اتفق الباحثون على أن للإعلام مراحل تأثيرية على الجمهور تتلخص في التأثيرات المعرفية، والتأثير في الاتجاه أو الصورة العقلية أو إحداث التأثيرات السلوكية. (مراد، 2010، ص10).

تعتمد هذه النظرية على ما يأتي:

1.أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الأجتماعي تتسم بخصائص أجتماعية من الإعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث.(أبو أصبع ,1995,ص80)

2.يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الإجتماعي من حولهم.

3.تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في إستقاء المعلومات عن الأحداث الجارية.

وعليه فإن نظرية الأعتماد تتوافق والدراسة الحالية من كون الجمهور يعتمد على وسائل التواصل الأجتماعي لتلقي المعارف والأخبار التي تهمه, وبالتالي فهي تعمل على محك اختبار ثقة الجمهور فيما اذا كانت تلك المعلومات موضوعية ومهنية وصادقة أم لا, وبهذا فالحكم في ذلك هو وجود معايير أخلاقية (مواثيق) تعتمدها تلك الوسائل في بث الخبر والمعلومة.

تستفيد الدراسة من هذه النظرية من خلال كون الدراسة تتناول القيم الاجتماعية والمعايير الأخلاقية في مواد وبرامج وسائل الإعلام التي تعرضها للجمهور، إضافة إلى تركيزها على النظام الإجتماعي والإعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، كذلك تستفيد الدراسة من هذه النظرية في تأكيدها على مقدرة وسائل الإتصال على التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي في الجمهور، وبالتالي معرفة مدى توافق القيم التي تتضمنها مواد وسائل الإعلام والقيم الاجتماعية لدى الجمهور.

نظرية المسؤولية الإجتماعية:

تعد هذه النظرية الأعلامية من النظريات التي جاءت بمثابة رد فعل طبيعي على آداء الصحافة في الغرب, في الولايات المتحدة الأمريكية على وجه الخصوص, وما شهدته تلك الصحافة من تجاوزات وخروقات هددت بنية المجتمع وأسرفت في استخدام حق التعبير والرأي وصولا إلى أن الجمهور أصبح يعاني من الصحافة الصفراء التي هي نتاج طبيعي للنظرية الليبرالية في الإعلام.

ويعود مفهوم المسؤولية الإجتماعية في وسائل الإعلام تأريخياً إلى تقرير حرية الصحافة الأمريكية عام 1947 بعد تعرض نظرية الحرية للكثير من الملاحظات, ونتيجة للتطورات الإقتصادية الحاصلة في الولايات المتحدة, وظهور قوى الاحتكار, واندفاع المشاريع نحو تحقيق المزيد من المصالح الخاصة على حساب المصالح العامة لأفراد المجتمع (اسماعيل2003-أ،ص20).

وتعني المسؤولية الاجتماعية للصحافة أيضاً: "الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته عبر اتصاف الصحافة بسداد الرأي والدقة والعدل ومراعاة النواحي الأخلاقية والقيم". (حجاب2004، ص488)

ويتضح مما سبق أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية الإعلامية يقوم على مبدأ بسيط وهو التزام الصحافة بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته، إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع.

و تتلخص المبادىء الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في جملة من المبادىء التالية: (ماكفيل2005، 117) وتتمثل في أن الصحافة ووسائل الإعلام لها التزامات معينة في المجتمع تقوم بواجبها من خلال الألتزام بالمعايير, وتجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الأجتماعية.

والسؤال الذي يبحث به العلماء منذ عقود هو: كيف يمكن إستخدام الثورة الاتصالية بكل معطياتها الحضارية لصالح البشرية وبموجب محددات أخلاقية متفق عليها عالميا لتفادي المخاطر الناجمة عن سوء إستخدام وتوظيف وتوجيه هذه الثورة الاتصالية من قبل الحكومات والمنظمات أو الهيئات أو الأفراد، إنما مفهوم الحق في الاتصال والإعلام الذي يتيح للبشرية جمعاء تلقي المعلومات وإستخدام وسائل الإتصال بشكل شفاف ودون قيود أو محددات صارمة فإن هذا الحق ظهر بمفهومه الراهن كما تحدده بعض الدساتير وقوانين بعض الدول بعد الحرب العالمية الثانية (1939_1945) في سياق البحث عن أساليب ووسائل وأدوات تمكن الإنسانية من حق الإتصال والإعلام.(إسماعيل,2003-أ، ص21).

و يرجع التعدد في مفاهيم المسؤلية تبعاً لوجهة النظر الأخلاقية، وهي وجهتان الأولى الأخلاق الدينية، وهي المستمدة من الدين الإسلامي، والقائمة على الإيمان بالله وانه موجود، وبالتالي فأن علم الأخلاق عند المسلمين مرتبط بالدين وبطاعة الله وتجنب نواهيه، والوجهة الثانية هي الأخلاق الوضعية البرجماتية، وهي تقوم على فكرة الترغيب والترهيب.(حسام الدين، 2003).

تستفيد الدراسة من نظرية المسؤولية الاجتماعية من خلال كون الدراسة جاءت لتضع ميثاقا أخلاقيا لوسائل الإعلام ولاسيما وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا ما تناولته النظرية من خلال تركيزها على الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته عبر اتصاف

الصحافة بسداد الرأي والدقة والعدل ومراعاة النواحي الأخلاقية والقيم، إضافة إلى التزام الصحافة بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته، إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع. وبالتالي فإن هناك مجموعة التزامات على وسائل الإعلام تقوم بها من خلال الإلتزام بالمعايير, وتجنب ما يخالف تلك القيم والالتزامات.

شبكات التواصل الإجتماعي

هي مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية, من خلال الخدمات والوسائل المتقدمة مثل: التعارف, الصداقة , المراسلة, المحادثة الفورية و إنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات، المشاركة في الأحداث والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات. (http://www.abc-clio.com/ODLIS/searchODLIS.aspx)

إن ظهور التقنيات الحديثة, وتعامل الأشخاص مع أجهزة الحاسوب أكثر من تعاملهم مع بعض , ونشأ عن ذلك معاناة نفسية كبيرة, ظهرت في سلوكيات الأفراد وخاصة من لهم طبيعة مادية أكثر من غيرهم, وجاءت الشبكات الاجتماعية لتحقيق غرض التواصل الاجتماعي على مستوى تقنية شبكة الانترنيت وسد احتياج الأفراد لعمل علاقات وإعادة التواصل فيما بينهم خلال فترات العمر المختلفة وظهرت هده الشبكات الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التواصل بين زملاء الدراسة وأول شبكة اجتماعية بمعناها العام من إعادة علاقات التواصل بين زملاء مدرسة واحدة. Classmates.com بدأت هذه الشبكة في عام 1995 وقسمت المجتمع الأمريكي إلى ولايات وكل ولاية تشتمل على المناطق الداخلية وكل منطقة بها عدد من المدارس المتاحة

والتي تشترك بهذا الموقع ويمكن للفرد البحث من خلال هدا التقسيم حتى يصل للمدرسة التي ينتسب لها ويجد بها زملاء له ويرشح بعض الزملاء الآخرين للتواصل فيما بينهم ولا تزال هده الشبكة تعمل حتى الآن بهده الفكرة، ثم ظهرت شبكة أخرى قال عنها مستخدموها أنها أكثر تطورا وتفاعلا من الجانب الاجتماعي والتي ظهرت عام 1997 وهي شبكة Six degress.com وكانت تستخدم أحدث التقنيات الفنية على شبكة الانترنيت, بشهادة من استخدموها في ذلك الوقت إلا أنها لم تحقق المرجو منها ماديا فتم توقف نشاطها عام 2001 .هذه الفترة لم تكن تطبيقات الويب 0,2 ظهرت أو تعارف عليها من جانب مستخدمي شبكة الانترنيت ولم تكن البرمجيات وثقافة التحاور قد أخذت مكانها في بيئة الويب, ولكن نشأة الشبكات كانت تعتمد على بيئة webbased والتي تركز على استخدام غرف الدردشة والرسائل الإلكترونية وغيرها، وبالتالي فقد ظهرت الشبكات الاجتماعية كمواقع تجعل المستفيدين يتقاربون فيما بينهم من خلال غرف الدردشة ومشاركة المعلومات الشخصية والأخبار مثل موقع Theglobe.comعام 1994 وركزت بعض المواقع على مكان تجمعي معين كمدرسة ما أو جامعة ثم يسجل بياناته ويلتقي بمن هم زملاء له على نفس الموقع لنفس المكان **مثل** Classmates.com . (Harrison & Thomas, 2009, (P112

وتعرف على أنها المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنيت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنيت.وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة

بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، مثل موقع "ماي سبيس"، "فيس بوك".(المقدادي، 2014، ص 24-25)

نشأة مواقع التواصل الإجتماعي وتطورها:

المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الإجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس (دجريزس) عام 1997 والذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها –الدرجات الست للانفصال-، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل"لايف جورنال"وموقع "كايوورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الإجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وهذا ما عرف بالمرحلة الأولى.

المرحلة الثانية:

ويشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الإفتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنيت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الإجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع –ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك.

إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الإجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرندر friendester" الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق « skyrock » وقد استطاع موقع"سكاي روك"تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الإجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

ومع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على"غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته حتى قام "فيسبوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس"عام 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى "twitter" "youtube"، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الإجتماعية في التنوع والتطور.(رامي، 2003، ص23)

أهم شبكات التواصل الأجتماعي:

<u>فيسبوك:Facebook</u>

إن فيسبوك عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول اليه مجانا وتديره شركة (فيس بوك) محدودة المسئولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الإنضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الاقليم، وذلك من أجل الإتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم. (البياتي، 2014، ص390)

أسس هذا الموقع الطالب الجامعي آنذاك "مارك زاكربيرج" عام 2004 وهو احد طلبة هارفارد – الذي أصبح فيما بعد يعد اصغر ملياردير في العالم – وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، وليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الإجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم،

أن أهم مميزات الفيسبوك هي وجود خدمات تطبيقية للجمهور المستخدم منها:

- **الملف الشخصي ، (profile)**
- **إضافة صديق (add friend)**
- **إنشاء مجموعة (groups)**
- **لوحة الحائط (wall)**
- **النكزة (pokes)**
- **الصور (photos)**
- **الحالة (status)**
- **التغذية الإخبارية (newsfeed)**
- **الهدايا (gifts)**
- **السوق (market place)**
- **إنشاء صفحة خاصة على موقع (facebook)**
- **التعليقات (facebook notes)**

<u>تويتر :Twitter</u>:

ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة« obvius » الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، بعد ذلك أطلقته الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أفريل 2007 قامت شركة« obvius » بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم « twitter » ومع ازدياد إعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك"غوغل"أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات تويتر كمصدر للبحث اعتبارا من 2009 واليوم يعتبر تويتر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحفيين أو وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، ويتوقع مستقبلا مصدرا معتمدا للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة التواصل مع الشعب كما يحدث اليوم في الأحداث العربية عقب"الربيع العربي"و تأثير التويتر القوي فيه.(رابحي، 2012) و(ساري، 2008، ص302)

مميزات التويتر:

للتدوين عبر موقع التويتر مميزات مفيدة وعديدة أهمها:

- **سهل وسريع**
- **محمول ومتحرك**
- **مجاني**
- **أداة فعّالة للتواصل مع العالم**
- **مناسب للتواصل الشخصي**

- **أداة فعّالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك**
- **الفورية**
- **أداة تسويق فعّالة**
- **شعار مميز**
- **ميزة التتبع**

يوتيوب « youtube » :

يعد موقع يوتيوب youtube أهم وأشهر موقع لرفع ومشاركة الفيديوهات على مستوى العالم, يقوم على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو أذع نفسك (broadcast yourself) ويتضمن الموقع أنواعاً لاحصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية. (صادق، 2008،ص216)

وقد نشأت فكرة إنشاء موقع يوتيوب في مدينة سانبرونو, كاليفورنيا, الولايات المتحدة الأمريكية,عندما كان الأصدقاء في حفلة لأحد الأصدقاء, والتقطوا مقاطع فيديو, وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنها لم يكن يقبل الملفات الكبيرة, ومنها بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق افلام الفيديو على شبكة الإنترنت.(أمين,2009,ص521)

ويعد الفيديو المرفوع من قبل"جاود كريم" بعنوان "أنا في حديقة الحيوان" « Me at the zoo » اول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، وكان بتاريخ 23 أفريل 2005 وتبلغ مدته 0:19 ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الانترنيت ولتشتريه شركة غوغل عام 2006 وتضمه لها، وقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين وللهواة على حد سواء لبث

مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم، وأغانيهم، ومنتجاتهم للعامة ومجانا، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبث برامج النوعية أو الحصص الالكترونية عبره.(ساري، 2008، ص311)

مميزات اليوتيوب: يعتبر موقع يوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الإجتماعي، وذلك بسبب مزاياه المتعددة وأهمها:

- **عام ومجاني**
- **داعم لتحميل الأفلام**
- **سهل الاستعمال من قبل العامة**
- **سهل المشاهدة**
- **سهل البحث**
- **الرقابة**
- **أداة رائعة للترويج**
- **ميزة البث المباشر**

لينكد ان Linked In:

هي شبكة تواصل اجتماعي من ضمن عالم التواصل الإجتماعي الضخم والموجه نحو الأعمال والمهنيين. والـ LinkedIn شائع بين الأفراد الذين يبحثون عن عمل ويسعون لبناء شبكات التواصل لديهم للوصول إلى أرباب العمل. والـ LinkedIn معروف أيضا كوسيلة تسويق لعمل ما لأن أصحاب العمل يتفاعلون مع اولئك المهتمين بخدماتهم عن طريق الإجابة عن

أسئلتهم والمشاركة في نقاشاتهم وغيرها بإمكان اصحاب الاعمال الاعلان عن وظيفة ما من خلال الينكد ان والوصول الى اكبر عدد من الباحثين.والينكد ان موجود فعليا من سنة 2003 أي قبل الفيس بوك وتويتر.(**http://www.tech-wd.com**)

انستغرام Instagram :

وهو من منصات الشبكات الإجتماعية الجديدة لتبادل الصور وهو بالأساس تطبيق يعتمد على الموبايل (الهاتف المحمول) والذي يمكن المستخدمين من التقاط الصور أو الصور، وتتضمن تطبيقاته أدوات تلاعب مختلفة لتحويل الصور، ومشاركتهاعلى الفورمع الأصدقاء على مختلف مواقع الشبكات الإجتماعية، وعلى الرغم من أن تطبيق الانستغرام بدأ في عام 2010، إلا أنه نما باطراد وبقوة، بحيث تشير التقديرات إلى أن إنستغرام في عام 2013 سجل مليون مستخدم، ونحو أربعة مليارات عملية تحميل الصور وعرضها(Ting & De Run, 2015, P. 18) نقلا عن (القاسمي، 2016)

تيليغرام Telegram :

تأسس تليغرام في عام 2013 من قِبل الأخوين نيكولاي وبافل دروف وهما مؤسسّي موقع VK (أكبر شبكة اجتماعية روسية)، وتلغرام شركة مستقلة لا علاقة لها بروسيا أو VK ويقع مقرها في برلين. صمّم نيكولاي بروتوكولا خاصا للتطبيق يدعى MTProto ، في حين قدّم بافل الدعم

المالي والهيكلة الأساسية للمشروع، ويقوم تلغرام بنفس الوظائف التي تقوم بها برامج التراسل الأخرى كـ: واتس آب, لاين, كاكاو توك, وي شات.(Schie , 2015, P.16)

جوجل بلص + Google:

+Google لغة Google مضافاً إليه العلامة "+"، هو واحدة من شبكات التواصل الاجتماعي الذي يضاف إلى خدمات Google الأخرى، بما في ذلك البحث على الشبكة العالمية، وGmail، ويوتيوب، يتضمن الـ +Google ميزات الوسائط الإجتماعية الشهيرة مثل التعليقات، صور ومشاركة المقاطع الصوتية والفلمية، ودردشة الفيديو، وما إلى ذلك من حلقات التواصل الاجتماعي.(MAGID&COLLIER,2012,P.3)

دوافع استخدام مواقع التواصل الإجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشئ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الإجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصا الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

1.المشاكل الأسرية:

تمثل الأسرة الوحدة الأولى للمجتمع وأولى مؤسساته التي تكون العلاقات فيها في الغالب مباشرة ويتم داخلها تنشئة الفرد اجتماعياً ويكتسب فيها الكثير من معارفه ومهاراته وميوله وعواطفه واتجاهاته في الحياة ويجد فيها أمنه وسكنه". (عقلة، 1989، ص17).

2.الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الإجتماعي. (مرسي، 2012، ص157)

3.البطالة:

تعبر البطالة عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الإجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الإجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الإجتماعية وهي من أهم المشاكل الإجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي

تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية. (الطيب ولطيفة، 2013)

4.الفضول:

إن مواقع التواصل بما تتضمنه من إمكانات وخيارات تشد المستخدم لها، وتجذب الشخص لقدراتها، وهي عالم افتراضي مليئ بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية.

5.التعارف وتكوين الصداقات:

سهّلت مواقع التواصل الإجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

6.التسويق أو البحث عن وظائف:

إن هذه المواقع تمكننا من مواكبة المجموعات التجارية، والترويج، وتتيح لنا خدمات تبادل المعلومات، والتعريف بأعمالنا ومنتجاتنا، فأصبحت بذلك هدفاً لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالاضافة الى سهولة الانضمام إليها والأشتراك بها، وتتمتع بقابلية التصميم والتطوير.(http://www.davincisys.net/ar)

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات

كما هو الحال في شبكة لينكدان.فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الإجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنفس عن الذات..

الأبعاد الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الإجتماعي:

1.الأبعاد الايجابية: (الموسوي واخرون، 2011، ص47) **و**(معتوق وكريم، 2012)

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الإجتماعي ومواقع التواصل أضفت بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، ومن أهم هذه الآثار الايجابية:

أنها نافذة مطلة على العالم وأكثر انفتاحا على الآخر وأصبحت منبرا للرأي والرأي الآخر ,وساهمت في التقليل من صراع الحضارات وزادت من تقارب العائلة الواحدة وقدمت فرص لإعادة روابط الصداقة القديمة.

2.الأبعاد السلبية:

مثلما توجد آثار ايجابية لمواقع التواصل الإجتماعي فإن لها أثاراً سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية: (ابراهيم,2009ص56)

أنه يقلل من مهارات التفاعل الشخصي وإضاعة الوقت , والإدمان على مواقع التواصل الأجتماعي, وأدى إلى ضياع الهوية الثقافية العربية وإستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل

وانعدام الخصوصية, وقد تكون الصداقات مبالغا فيها أو طاغية في بعض الأحيان, وانتشار انتحال الشخصيات.

- ثانيا: الدراسات السابقة:

1.دراسة خضر(2009): حول الآثار النفسية والإجتماعية لإستخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الإجتماعية.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف إلى دوافع إستخدام الشباب المصرى لموقع الفيس بوك، والكشف عن طبيعة العلاقات الإجتماعية والصداقات التى يكونها الشباب المصرى وأولوية تفضيلهم لها عند التعامل مع أصحابها، والتعرف إلى طريقة تعبير عينة الدراسة عن حالتهم النفسية والإجتماعية من خلال إستخدامهم موقع الفيس بوك.

استخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي في دراسته، وكان من اهم نتائجها، أن أبرز مصادر معرفة طلبة جامعة القاهرة والجامعة البريطانية بموقع الفيس بوك هم الأصدقاء والمعارف بنسبة 36%، وانه لا توجد علاقة بين الطريقة التى يقدم بها طلاب الجامعات أنفسهم للآخرين على موقع الفيس بوك والجامعة التى يدرسون بها.

2.دراسة (Kaupins، 2010) بعنوان:" Legal and Ethical Implications ofCorporate Social Networks”.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعي من خلال الشركات وابرز الاعتبارات الأخلاقية المرتبطة قانياً بالشركة. إذ تركز الدراسة على الاعتبارات الأخلاقية التي تشمل الإنتاجية، السرية، الدقة والحماية القانونية ومستوى العدالة التي تؤثر بدورها على القوانين المستقبلية, وكذلك التعرف على ابرز القوانين والقضايا الأخلاقية المرتبطة بإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي وكذلك السياسات المترتبة بالتواصل، والأنظمة والتقييم. أجريت الدراسة

في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد توصلت الدراسة أن وسائل التواصل الإجتماعي تؤثر سلباُ على الخصوصية، والحماية القانونية ومستوى العدالة، وكذلك تؤثر سلباً على السياسة العامة للشركة والتي بدروها ترتبط باعتبارات قانونية.

3.دراسة الرعود(2011) بعنوان: دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، وأجريت الدراسة في جامعة الشرق الأوسط، وأستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من 243 مفردة تم اختيارها بواسطة أسلوب العينة العشوائية البسيطة وتم إستخدام التحليل الإحصائي.

وكان من أهم النتائج أن"مقاومة الرططاقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي"من مجالات دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر في الترتيب الأول،"التأثير على الرأي العام المحلي والأقليمي والدولي"في الترتيب الثاني،"التهيئة والتحريض على الاحتجاجات في الترتيب الثالث.

4.دراسة المغدوي(2011) بعنوان: ضوابط التواصل الإلكتروني من منظور إسلامي ومدى تحققها لدى طلاب التعليم الثانوي بالمملكة العربية السعودية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الضوابط الدينية والأخلاقية والإجتماعية التي يمكن إن تحكم عملية التواصل الإلكتروني بين طلاب التعليم الثانوي ومدى تحقق هذه الضوابط، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الاستطلاعي بوصفه منهج ملائم لتحقيق أهداف الدراسة. وتم اختيار عينة عشوائية مكونة من (1500) طالب وطالبة من طلاب التعليم الثانوي بالمملكة العربية

السعودية. وتوصل الباحث إلى أن هناك مجموعة من الضوابط الأخلاقية الإجتماعية والثقافية التي يجب أن يراعيها طلاب التعليم الثانوي بالمملكة العربية السعودية أثناء عملية التواصل من خلال مواقع التواصل الإجتماعي.

5.دراسة الشهري (2012) بعنوان: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الإجتماعية"الفيس بوك وتويتر نموذجا.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الأشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الإجتماعية عبر هذه المواقع والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع، واستخدمت الباحثة المنهج المسح الإجتماعي، وتمت الدراسة في جامعة الملك عبد العزيز، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هو سهولة التعبير عن أرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع.

6.الجمال (2013) بعنوان: أثر إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي - دراسة ميدانية.

هدفت هذه الدراسةالى التعرف على تأثير وسائل الأعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي عبرشبكة الإنترنت) على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز النسق القيم الأخلاقية، واعتمدت على المنهج الوصفي لوصف الإحداث والمواقف والظواهر، وتمت الدراسة في جامعة الملك عبد العزيز. وتوصل الباحث إلىارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكة الإنترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة 100%أنهم يستخدمون الإنترنت. كما بينت النتائج أن معظم

العينة وبنسبة 86.33% يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي عبر الإنترنت بانتظام، ولا شك أنها بذلك استطاعت إن تخلق مجالا عاما أحدث تأثيرا علي النسق القيمي الأخلاقي. وتبين إن معدل الثقة في مواقع التواصل الإجتماعي منخفض للغاية، وانتهت الدراسة إلى أن مقياس النسق القيمى للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما.

7.دراسة (Wasike، 2013) بعنوان:" Social media ethical issues role of a libraeian"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر مواقع التواصل الإجتماعي وابرز القضايا الأخلاقية المرتبطة بذلك، وكذلك أبرز مجالات التأثير اعلامياً التي تلعبها هذه المواقع على حياة المستخدمين. أجريت الدراسة في كينيا، استخدمت الدراسة المنهج التحليلي، حيث عمدت إلى التحليل النظري لأبرز الأدبيات السابقة.

وتوصلت الدراسة إلى كون ابرز القضايا الأخلاقية المرتبطة بوسائل التواصل الإجتماعية هي انتهاك الخصوصية وشعلها مشاعاً للجميع دون اي اعتبارات لأي مسائل شخصية. وكذلك بينت الدراسة أن معايير التسجيل في هذه المواقع فيها انتهاك لبعض المعايير الأساسية للسلوك الأخلاقي، ومنها الحق الكامل للموقع في استخدام بيانات المستخدمين واستخدامها اعلامياً إذا تطلب ذلك.

8.دراسة القرشي (2014) بعنوان: أخلاقيات التواصل الإجتماعي الإلكتروني لدى طلاب الجامعات السعودية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم أخلاقيات التواصل الإجتماعي الإلكتروني الذي يجب الألتزام بها عند طلاب الجامعات العربية، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي لوصف الأحداث، وتمت الدراسة في جامعة أم القرى، وتم تطبيق عينة قوامها 1939طالبا من خمس جامعات، وتم إستخدام أداة الأستبانة. وتوصل الباحث إن هناك استخداما إيجابيا لمواقع التواصل الإجتماعي حيث أظهرت النتائج وجود عشر أخلاقيات بمستوى عالي.

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

تتفق دراسة الباحثة ودراسة خضر(2009) في كون الأخيرة هدفت إلى دراسة الآثار المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، نتيجة أخلاقيات المستخدمين والتفاعل الكبير الذي يحدث، مما يجعل شريحة كبيرة تستجيب للمعلومات والأخبار التي تبث عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي بغض النظر عن مصداقيتها، بينما تختلف دراسة الباحثة عن دراسة خضر(2009) في كون دراسة الباحثة جاءت لوضع أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي برؤية قانونية وإعلامية.

كما تتفق دراسة الباحثة ودراسة (Kaupins، 2010) في كونها هدفت إلى التعرف إلى اثر استخدام وسائل التواصل الإجتماعي من خلال الشركات وابرز الاعتبارات الأخلاقية المرتبطة قانونياً بالشركة،والاعتبارات الأخلاقية والتي تشمل الإنتاجية، السرية، الدقة والحماية القانونية ومستوى العدالة التي تؤثر بدورها على القوانين المستقبلية. وكذلك التعرف على ابرز القوانين والقضايا الأخلاقية المرتبطة بالإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي وكذلك السياسات المترتبة بالتواصل، والأنظمة والتقييم.

أما دراسة الرعود(2011) فقد هدفت إلى التعرف إلى دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، من جهة التحريض على الاحتجاجات، بينما جاءت دراسة الباحثة للتعرف إلى أهم الأخلاقيات التي ينبغي أن يتعامل بها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي.

كما تتفق دراسة المغدوي(2011) ودراسة الباحثة في التعرف إلى الضوابط الدينية والأخلاقية والإجتماعية التي يمكن إن تحكم عملية التواصل الإلكتروني بين طلاب التعليم الثانوي ومدى تحقق هذه الضوابط،وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من الضوابط الأخلاقية الإجتماعية والثقافية التي يجب أن يراعيها طلاب التعليم الثانوي بالمملكة العربية السعودية أثناء عملية التواصل من خلال مواقع التواصل الإجتماعي. بينما تختلف مع دراسة الباحثة في مجتمع الدراسة وعينة الدراسة.

بينما جاءت دراسة الشهري (2012) للتعرف إلى الأسباب التي تدفع إلى الأشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الإجتماعية عبر هذه المواقع والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع، بينما جاءت دراسة الباحثة للوقوف على أهم الأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها عند مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

وجاءت دراسة الجمال (2013) لبيان أثر إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز النسق القيم الأخلاقية، وبينت أن معظم العينة يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي عبر الإنترنت بانتظام، ولا شك أنها بذلك استطاعت إن تخلق مجالا عاما أحدث تأثيرا علي النسق القيمي الأخلاقي. وتبين إن معدل الثقة في مواقع التواصل الإجتماعي منخفض للغاية، وانتهت الدراسة إلى أن مقياس

النسق القيمى للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما. بينما جاءت دراسة الباحثة بهدف وضع مواثيق أخلاقية من قبل الأكاديميين في الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية.

بينما تتفق دراسة (Wasike، 2013) ودراسة الباحثة في كونهما هدفتا إلى معرفة أبرز القضايا الأخلاقية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك أبرز مجالات التأثير اعلامياً التي تلعبها هذه المواقع على حياة المستخدمين، وبينت الدراسة أن ابرز القضايا الأخلاقية المرتبطة بوسائل التواصل الإجتماعية هي انتهاك الخصوصية وبينت الدراسة أن معايير التسجيل في هذه المواقع فيها انتهاك لبعض المعايير الأساسية للسلوك الأخلاقي، ومنها الحق الكامل للموقع في استخدام بيانات المستخدمين واستخدامها اعلامياً إذا تطلب ذلك. وتختلف ودراسة الباحثة في كونها ركزت على أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

كما تتفق دراسة الباحثة ودراسة القرشي (2014) في هدفها في التعرف إلى أخلاقيات التواصل الإجتماعي الإلكتروني لدى طلاب الجامعات السعودية، وتوصلتالدراسة إلى أن هناك استخداما إيجابيا لمواقع التواصل الإجتماعي حيث أظهرت النتائج وجود عشر أخلاقيات بمستوى عالي. بينما تختلفان في كون دراسة الباحثة ركزت على مجتمع قانوني متخصص للوصول إلى أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

أفادت الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية وفهم متغيراتها بصورة واضحة ومحددة، كما أفادت فيبلورةالإطارالنظري للدراسة من خلال مدخل الاستخدامات والإشباعات

والمسؤولية الاجتماعية والاعتماد على وسائل الإعلام، وكيفية توظيف هذه المداخل بما يخدم الدراسة، بالإضافة إلى تحديد نوع الدراسة والمنهج المستخدم، وأداة جمع البيانات المناسبة.

عليه تأتي الدراسة الحالية بصفتها واحدة من الدراسات التي تناولت أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الأجتماعي في الجامعات الأردنية على وجه الخصوص وتحفيزهم على استخدام الأخلاقيات عند شبكات التواصل الأجتماعي، لتكون هذه الدراسة استكمالا لبعض الدراسات التي تناولت أثر الأخلاقيات في استخدام شبكات التواصل الأجتماعي ، غير ان ما سبق هذه الدراسة تتناول دراسة تعالج مواضيع محددة تختلف عن موضوع بحثنا الامر الذي يقدم هذه الدراسة كواحدة من الدرسات العربية التي تناولت أهم الأخلاقيات في استخدام شبكات التواصل الأجتماعي من وجهة نظر أساتذة الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يوضح هذا الفصل أهم الطرق والوسائل المستخدمة للوصول إلى مبتغى الباحث في هذه الدراسة، والتي تهتم بـ"أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الإجتماعي من وجهة نظر عينة من أساتذة الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية"، ويتضمن هذا الفصل وصفاً لعينة الدراسة وطريقة اختيارها، ومتغيرات الدراسة، وأداتها وصدقها وثباتها، إضافة إلى عرض الإجراءات التي قام الباحث باتباعها لتنفيذ الدراسة، والحصول على البيانات اللازمة، والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل هذه البيانات، وفيما يلي عرضاً مفصلاً لأهم الطرق والإجراءات المتخذة في هذه الدراسة:

منهجية الدراسة

يعرف المنهج ((الوسيلة التي يمكننا عن طريقها الوصول إلى الحقيقة أو مجموعة الحقائق في أي موقف من المواقف ومحاولة اختيارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى)) (جاعد، 2004، ص62). وتقوم هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي بإسلوب الدراسة المسحية لجمع البيانات ، ولإستطلاع آراء اساتذة الاعلام والقانون في الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة بهدف الوصول إلى ميثاق أخلاقي لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي.والمنهج الوصفي غالبا ما يستخدم لوصف الظواهر والحالات التي تمر بها المجتمعات، ودراسة الظروف المحيطة بها.

مجتمع الدراسة

إن مجتمع الدراسة[*] هو "جميع الوحدات التي ترغب -الباحثة فيدراستها".(المغربي،2011، ص156)، وقد تكّون مجتمع هذه الدراسة من أساتذة الاعلام والقانون في خمس جامعات أردنية هي: جامعة اليرموك(حكومية) من ناحية أساتذة القانون والإعلام، وجامعتي الشرق الأوسط من ناحية أساتذة القانون والإعلام، والبترا من ناحية أساتذة القانون والإعلام, وجامعة العلوم الأسلامية من ناحية أساتذة القانون والإعلام, وجامعة الزرقاء من ناحية أساتذة الإعلام والقانون. (جامعات خاصة).

وقد بلغت عينة البحث (أساتذة الإعلام والقانون) في الجامعات المبحوثة (63) من أصل (127)عضو هيئة تدريس.

منهم (42) إعلام و(21) قانون.

وتم أختيار مجتمع البحث لما يمثله من أهمية ودراسة في الجانب الإعلامي والقانوني والأقدر على وضع تصور دقيق لطبيعة الميثاق الأخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الأجتماعي

عينة الدراسة

قامت الباحثة بتوزيع أداة الدراسة على جميع أفراد مجتمع البحث . وتمت الأستجابة من أغلبية أفراد المجتمع وذلك بعد أن عادت (63) استبانة صالحة للتحليل الأحصائي .

(*) يسمى المجتمع الذي تهدف الدراسة لدراسته بـ مجتمع الهدف Target Population وعليه لابد من تحديد الحدود أن كانت سكانية أو جغرافية أو إدارية ، لغرض تحديد نوع وحجم العينة المناسب لأغراض الدراسة. (النعيمي والبياتي وخليفة، 2009، ص80).

وبذلك بلغت العينة 50%من مجتمع البحث الأصلي ,وهذه النسبة تعد كافية جدا وممثلة لمجتمع البحث ,والجدول رقم (1) يبين الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

الجدول (1) الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة:

خصائص أفراد عينة الدراسة	التكرار	النسبة%
الرتبة		
أستاذ	7	11.1
أستاذ مشارك	13	20.6
أستاذ مساعد	31	49.2
مدرس	12	19.0
عدد سنوات الخبرة في التدريس الجامعي		
3 سنوات فأقل	14	22.2
من 4 –8 سنوات	20	31.7
من 9 – 13 سنة	14	22.2
من 14 سنة فأكثر	15	23.8
النوع الإجتماعي		
ذكر	52	82.5
أنثى	11	17.5
تصنيف الجامعة		
حكومية	32	50.8

خاصة	31	49.2

أداة الدراسة

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على الإستبانة (كأداة لجمع البيانات والمعلومات) الخاصة بهذه الدراسة. وقد شملت الاستبانة مجموعة من الاسئلة التي تناولت المعايير المناسبة لاستخدام الشبكات، وانتهاك خصوصية المستخدمين، ودور الأسرة ، والقيم الأخلاقية, اشتملت الأداة على معلومات ديمغرافية عن الفئة المبحوثة.

وقد تم تقسيم الأداة إلى أربعة مجالات.

كان المجال الأول عن (المعايير المناسبة لاستخدام الشبكات).

إما المجال الثاني فهو عن(انتهاك خصوصية المستخدمين).

في حين تناول المجال الثالث(دور الأسرة).

أما المجال الرابع فكان عن (القيم الأخلاقية).

الملحق رقم (-1-)

صدق الأداة

قامت الباحثة من أجل التأكد من أن الأداة التي استخدمت في هذه الدراسة تقيس فعلا ما ينبغي قياسه بتوزيع استبانةِ الدراسة على مجموعة من المحكمين من اختصاص أعضاء هيئة التدريس ليتم تحكيمها، وتم الأخذ بملحوظاتهم القيمة والتي تتضمن تعديل وحذف وإضافة أسئلة تقيس فعلاً ما ينبغي قياسه، ومن ثم تم توزيع هذه الاستبانة على أفراد عينة الدراسة.

ثبات الأداة

استخدمت الباحثة طريقة كرونباخ ألفا لقياس ثبات الاستبانة كوسيلة لقياس الاستقرار والإتساق الداخلي. إن معامل الثبات كرونباخ ألفا يتراوح عادة بين 0.0 و1+ وكلما اقتربت قيمة

كرونباخ ألفا الى 1، فهذا يدل على ارتفاع الموثوقية وثبات الاتساق الداخلي؛ لكن القيم المقبوله لها لإجراء هذه الدراسة يجب أن تزيد عن 6.0. أيضاً قامت الباحثة باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) من أجل الحصول على قيم معاملات كرونباخ ألفا كما هو موضح في الجدول رقم (2).

وكما يتضح من الجدول أن جميع القيم كانت أكبر من (6.0) وهي نسب مقبولة جدا لانها أعلى من الحد المسموح به (6.0), (Hair et aL. 1998) .وبالتالي فإن موثوقية الاتساق الداخلي يمكن القول بأنها ذات موثوقية عالية. ويمكن استخدامها لإنجاز أهداف الدراسة.

جدول (2) قيم معاملات الأتساق الداخلي باستخدام أختبار كرونباخ ألفا

متغيرات الدراسة	عدد الأسئلة	قيمة معامل كرونباخ ألفا
المعايير المناسبة لاستخدام الشبكات	10	0.776
انتهاك خصوصية المستخدمين	9	0.758
دور الأسرة	9	0.864
القيم الأخلاقية	8	0.764

متغيرات الدراسة:

يتمثل العامل المتغير في هذه الدراسة بأخلاقيات الاستخدام، أما العامل المستقل فيتمثل بشبكات التواصل الاجتماعي، ويكون العامل الوسيط هم الأكاديميون من الإعلاميين والقانونيين الذين تم توجيه أسئلة الأستبانة لهم.

إجراءات الدراسة

1-قامت الباحثة بالإطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع.

2-تم إجراء دراسة استطلاعية أولية لمجتمع البحث بهدف تكوين فكرة عامة عن الموضوع، وخلال الدراسة الاستطلاعية تم توزيع أسئلة مفتوحة على عينة عشوائية من مجتمع البحث.

3-بعد دراسة معطيات الدراسة الاستطلاعية تم بناء أداة الدراسة المرفقة بالملحق رقم – 1 -.

4-التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة. وعرضت الاداة على هيئة محكمين – الملحق -2-

5-تطبيق أداة الدراسة على العينة المختارة.

6-جمع البيانات في جداول خاصة.

7-عرض النتائج.

8-مناقشة النتائج وإستصدار التوصيات في ضوئها.

المعالجة الإحصائية:

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية (SPSS)(*)،وتم استخدام المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية، وكذلك استخدم اختبار كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات أداة الدراسة.

وقد تم الإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات والتي تشمل المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لجميع محاور الدراسة المستقلة والفقرات المكونة لكل محور، وقد تم مراعاة أن يتدرج مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة كما يلي:

أوافق بشدة	أوافق	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
5	4	3	2	1

(*)مختصر من : Statistics Package for Social Sciences، أي الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية.

واعتماداً على ما تقدم فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها على النحو الآتي: (3.68– فما فوق: مرتفع)، (2.34-3.67: متوسط)، (2.33– فما دون: منخفض). وفقاً للمعادلة التالية:

القيمة العليا – القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات، أي :

(5-1) = 4 = 1.33 وهذه القيمة تساوي طول الفئة.
33

وبذلك يكون المستوى المنخفض من 1 + 1.33 = 2.33

ويكون المستوى المتوسط من 2.34 + 1.33 = 3.67

ويكون المستوى المرتفع من 3.68 - 5

الفصل الرابـع

نتائج الدراســـة

الفصل الرابع

نتائج الدراســة

يوضح الجزء أدناه التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة وذلك من خلال تحليل البيانات الأولية التي تم جمعها من خلال أداة الدراسة، حيث تم تصنيف بيانات الدراسة وادخالها وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS) نسخة 19. وتم أيضا عرض الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة والإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة، وفيما يلي أهم الأساليب الاحصائية المختلفة التي تمت:

- الإحصاء التكراري والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية.
- أساليب التحليل الإحصائي لوصف المتغيرات الكمية من خلال حساب الإنحراف المعياري والمتوسطات الحسابية.
- الأهمية النسبية والرتب لمتغيرات الدراسة (المجالات).

يتضح من الجدول رقم (1) في الفصل الثالث والخاص بالخصائص الديموغرافية أن عدد أفراد العينة الذكور بلغ (52) ما نسبته (82.5%) وعدد أفراد العينة الإناث بلغ (11) ما نسبته (17.5%) أما عدد أفراد العينة من الجامعات الحكومية والخاصة فهو متساوٍ إلى حد ما، فقد بلغ عدد أفراد العينة الذين يعملون في الجامعات الحكومية (32) أي ما نسبته (50.8%) في حين بلغ عدد أفراد العينة الذين يعملون في القطاع الخاص (31) ما نسبته (49.2%).

ويوضح جدول الخصائص الديموغرافية أن معظم أفراد العينة كانت رتبهم أستاذ مساعد إذ بلغ عددهم (31) ما نسبته (49.2) في حين بلغ عدد أفراد العينة الذين رتبتهم أستاذ (7) ما نسبته

(11.1) وهذه النتائج أيضاً تتفق مع عدد سنوات الخبرة في المجال الأكاديمي؛ إذ أن عدد الأفراد الذين لديهم خبرة في التدريس 14 سنة فأكثر كان (15) ما نسبته (23.8%) وهذا بدوره يدعم أن الوصول للرتب التدريسية العليا والوسطى يحتاج إلى مرور الدكتور أو المعلم الجامعي بمستويات إداريةمختلفة تتطلب وقتاً زمنياً طويلاً نسبياً.

الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة

في هذا الجزء سوف يتم وصف متغيرات الدراسة احصائيا من خلال بيان المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية لمتغيرات الدراسة.

❖ **ما المعايير والأسس التي يقترحها أساتذة الإتصال والإعلام والقانون في المملكة الأردنية الهاشمية للوصول إلى ميثاق شرف أخلاقي لإستخدام الجمهور لشبكات التواصل الإجتماعي؟**

جدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات لاستجابات أفراد عينة الدراسة الرئيسية مرتبة ترتيبا تنازليا

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الرتبة
المعايير المناسبة لاستخدام الشبكات	4.19	0.493	عالية	4
انتهاك خصوصية المستخدمين	4.43	0.403	عالية	2
دور الأسرة	4.32	0.511	عالية	3
القيم الأخلاقية	4.46	0.396	عالية	1

يتضح من الجدول أعلاه أن الأهمية النسبية لجميع متغيرات الدراسة الرئيسية كانت مرتفعه، حيث بلغ أعلى متوسط حسابي (4.46) وبانحراف ميعاري (0.396) للمتغير"القيم الأخلاقية"وبلغ أقل متوسط حسابي (4.19) وبانحراف معياري (0.493) للمتغير"المعايير المناسبة لاستخدام الشبكات".

وهذه النتائج تدعم أن عنصر الأخلاقيات هو واحد من أهم المجالات من وجهة نظر أفراد العينة، إذ أن أخلاقيات العمل والقواعد والسلوك التي تعمل على ضبط وتنظيم سلوك الفرد تعتبر

واحدة من أهم مجالات الحياة الإجتماعية سواء أكانت في المنزل مع الأسرة، أو الأماكن العامة أو مع الموظفين ضمن مؤسسة معينة.

كما أوضحت النتائج أعلاه أن أفراد عينة الدراسة يهتمون اهتماما كبيرا بخصوصياتهم ويعتبرونها واحدة من أهم العناصر بعد عنصر الأخلاقيات؛ إذ أن الإطلاع ونشر معلومات أو صور أو وثائق أو بيانات تعود لهم أو للآخرين قد تسبب لهم أذى ماديا أو معنوياً وبالتالي فإن الحفاظ على هذا النوع من العناصر (الخصوصية) يساهم في الحفاظ على معلومات وأسرار الأشخاص والحفاظ على حقوقهم. أيضاً ، أوضحت النتائج أعلاه أن للأسرة دوراً مهماً في الإعلام إذ أن اختيار الأسرة لإبنائها الإستخدام الأمثل لوسائل الإتصال يساهم في بناء وتعزيز الثقافة الإجتماعية للأبناء في التعامل مع وسائط الإعلام الجديد.

وللوصول إلى أهداف الدراسة الفرعية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لـ

- المعايير المناسبة لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي.
- محددات عدم إنتهاك خصوصيات المواطن عبر هذه الشبكات.
- دور للأسرة ومؤسسات التنشئة الإجتماعية الأخرى في توجيه الأبناء لكيفية إستخدام هذه الشبكات.
- القيم الأخلاقية التي يمكن استخلاصها من إجابات الفئة المبحوثة والتي تكون مناسبة كقواعد أخلاقية مناسبة لإستخدام شبكات التواصل.

- **المعايير المناسبة لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي.**

لبيان نتائج هذا المحور تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وترتيبها ترتيبا تنازليا، وكما يظهر ذلك في الجدول أدناه:

الجدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمعايير لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور المعايير المناسبة لاستخدام الشبكات مرتبة ترتيبا تنازليا

المتغيرات	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الأهمية النسبية	الرتبة
إن يكون المستخدم على معرفة كاملة للعناصر القانونية للنقد المباح في مقام الموظف العام	4.21	0.722	مرتفعة	5
أن يكون النقد الموجه للأشخاص أو الهيئات ينطوي على مصلحة عامة للمجتمع.	4.49	0.592	مرتفعة	2
التثبت من سلامة المعلومة وصدقها.	4.73	0.447	مرتفعة	1
تعد جريمة النشر من الجرائم التي تقع ضمن قانون المطبوعات والنشر.	3.95	0.941	مرتفعة	7
تعامل المادة المنشورة إلكترونيا معاملة المادة الصحفية المنشورة ورقياً بموجب قانون المطبوعات	3.95	1.084	مرتفعة	7
يعد النشر على الموقع لأي معلومة من أي جهة أو وسيلة وإعادة نشره بمثابة النشر الجديد.	3.65	0.97	متوسط	8
ترى الباحثة إن لا يكون هناك مخالفة لقوانين	4.16	0.919	مرتفعة	6

الدولة في مجال النشر.				
فرض عقوبات رادعة وعادلة على منتهكي خصوصية المستخدمين.	4.41	0.854	مرتفعة	3
توجيه الشباب إلى ضرورة الإلتزام والتقيد بتشريعات الإعلام.	4.38	0.658	مرتفعة	4
تطبيق قانون المطبوعات والنشر على جميع المطبوعات الإلكترونية.	3.97	1.121	مرتفعة	6
المعايير المناسبة لاستخدام الشبكات	**4.19**	**0.493**	**مرتفعة**	

يوضح الجدول أعلاه المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري والأهمية النسبية لجميع متغيرات **المعايير المناسبة لإستخدام الشبكات**، يبين الجدول أعلاه أن الأهمية النسبية لجميع المتغيرات كانت مرتفعة. حيث بلغ أعلى متوسط حسابي (4.73) وبانحراف ميعاري (0.447) للمتغير"التثبت من سلامة المعلومة وصدقها."في حين بلغ أدنى متوسط حسابي (3.65) وبانحراف معياري (0.97) للمتغير "يعد النشر على الموقع لأي معلومة من أي جهة أو وسيلة وإعادة نشره بمثابة النشر الجديد" وهذه النتائج توضح أن التثبت من سلامة المعلومة وصدقها يساهم في الإستخدام الأمثل لهذه الشبكات إذ أن معرفة المستخدم للعناصر القانونية للنقد المباح ومعاملته للمادة المنشورة الكترونياً معاملة المادة الصحفية المنشورة ورقياً بموجب قانون المطبوعات أيضاً يساهم في تحسين المعايير المناسبة في استخدام الشبكات، إضافة توضح النتائج أعلاه أن هناك أهمية نسبية عالية لأفراد عينة الدراسة تجاه فرض عقوبات رادعة وعادلة على منتهكي خصوصية المستخدمين مع ضرورة تطبيق قانون المطبوعات والنشر على جميع المطبوعات الإلكترونية.

- **محددات عدم إنتهاك خصوصيات المواطن عبر هذه الشبكات.**

لبيان نتائج هذا المحور تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وترتيبها ترتيبا تنازليا، وكما يظهر ذلك في الجدول أدناه:

الجدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة عن فقرات محور محددات عدم انتهاك خصوصية المستخدمين مرتبة ترتيبا تنازليا

المتغيرات	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الأهمية النسبية	الرتبة
أن ينصب النقد على الآراء والأداء دون المساس بالشخصية	4.49	0.693	عالية	6
ترى الباحثة حظر نشر صور مزيفة أو مفبركة يحاسب عليها القانون	4.52	0.715	عالية	5
عدم نشر صور أشخاص بدون علمهم وموافقتهم	4.46	0.714	عالية	7
تجريم وعقاب وإثارة مسؤولية الذين يثبت اختراقهم للحسابات الشخصية من قبل الجهات القضائية.	4.54	0.618	عالية	4
عدم انتهاك حق المؤلف والملكية الفكرية	4.57	0.56	عالية	3
مراعاة الوقت المناسب للتواصل.	4.02	0.813	عالية	10
عدم اختراق حسابات الآخرين	4.63	0.63	عالية	1
عدم سرقة الصور من الحسابات ونشرها في حسابات أخرى	4.60	0.61	عالية	2
ترى الباحثة أن عند نشر المنشور يجب أن يكون المرسل معروفاً لدى المرسل إليه فالمنشور ممكن أن يصلح لشخص آخر	4.05	0.812	عالية	9

انتهاك خصوصية المستخدمين	4.43	0.403	عالية	8

يوضح الجدول أعلاه المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري والأهمية النسبية لجميع متغيرات انتهاك خصوصية المستخدمين، يبين الجدول أعلاه أن الأهمية النسبية لجميع المتغيرات كانت مرتفعة. حيث بلغ أعلى متوسط حسابي (4.63) وبانحراف ميعاري (0.63) للمتغير"عدم اختراق حسابات الآخرين، في حين بلغ أدنى متوسط حسابي (4.02) وبانحراف معياري (0.813) للمتغيرمراعاة الوقت المناسب للتواصل. وهذه النتائج توضح أن خصوصية المستخدمين تعتبر واحدة من أهم الأمور من وجهة نظر أفراد العينة إذ أن انتهاك حقوق وملكية الأفراد تعتبر بمثابة جريمة يعاقب عليها القانون، فقد أوضحت النتائج أعلاه أنه يجب تجريم وعقاب الأشخاص الذين يثبت اختراقهم للحسابات الشخصية من قبل الجهات القضائية.

كما أكدت النتائج أعلاه على أهمية معرفة الشخص المرسل والمرسل إليه وذلك لأن المنشور من الممكن أن يصلح لشخص من دون الآخر، إضافة أكدت النتائج أعلاه على أهمية عدم سرقة الصور من الحسابات ونشرها في حسابات أخرى.

- **دور للأسرة ومؤسسات التنشئة الإجتماعية الأخرى في توجيه الأبناء لكيفية إستخدام هذه الشبكات.**

لبيان نتائج هذا المحور تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وترتيبها ترتيبا تنازليا، وكما يظهر ذلك في الجدول أدناه:

الجدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير دور الأسرة

المتغيرات	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الأهمية النسبية	الرتبة
على الأسرة اختيار الأنسب والأفضل لاستخدام أبنائها لوسائل الإتصال	4.57	0.689	عالي	1
على الأسرة تنمية الثقافة الإجتماعية المناسبة للأبناء في التعامل مع وسائط الإعلام الجديد	4.41	0.613	عالي	3
تفعيل لغة الحوار بين الآباء وأبنائهم	4.41	0.663	عالي	3
أن لا تبقى الأجهزة مع الأبناء لساعات متأخرة في الليل	4.40	0.685	عالي	4
تحديد ساعات محددة ونادرة جداُ لاستخدام الأبناء لهذه البرامج في أوقات الدراسة والإمتحانات	4.06	0.801	عالي	9
يجب منع حمل الأجهزة في المدارس	4.19	1.03	عالي	7
يجب تنظيم وقت الأسرة وعمل نشاطات خارجية	4.27	0.745	عالي	6
استشارة الأخصائيين التربويين للحد من ظاهرة إدمان الإنترنت وإهدار الوقت بلا فائدة	4.14	0.759	عالي	8
إرشاد وتوجيه الأبناء من هذه البرامج وتحذيرهم من التعامل مع وسائل الإتصال الجديد بشكل سلبي	4.44	0.562	عالي	2
دور الأسرة	4.32	0.511	عالي	

يوضح الجدول أعلاه المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري والأهمية النسبية لجميع متغيرات انتهاك خصوصية المستخدمين، يبين الجدول أعلاه أن الأهمية النسبية لجميع المتغيرات

كانت مرتفعة. حيث بلغ أعلى متوسط حسابي (4.57) وبانحراف ميعاري (0.689) للمتغير"على الأسرة اختيار الأنسب والأفضل لاستخدام أبنائها لوسائل الإتصال"في حين بلغ أدنى متوسط حسابي (4.06) وبانحراف معياري (0.801) للمتغير"تحديد ساعات محددة ونادرة جداُ لاستخدام الأبناء لهذه البرامج في أوقات الدراسة والإمتحانات"وهذه النتائج تبين للأسرة وضع مهم وحساس في المجتمع، إذ يعتبر الفرد الواحد في الأسرة هو اللبنة الأولى في المجتمع، وصلاح أفراد الأسرة يعني صلاح المجتمع، ولبناء جيل واعٍ فإنه من المفروض معرفة كيفية التعامل مع وسائط الإعلام الجديد؛ فإنه يقع على عاتق الأسرة تنمية الثقافة الإجتماعية المناسبة للأبناء في التعامل مع وسائط الإعلام الجديد، كما أن تفعيل لغة الحوار بين الآباء والأبناء يساهم في بناء وتعزيز الثقة بين الأبآء والأبناء. مثال ذلك؛ على الآباء أن يقوموا بتوعية أبناءهم بأن لا تبقى أجهزة وسائط الإعلام الجديد معهم لساعات متأخرة في الليل مع تحديد ساعات معينة من الوقت في استخدام هذه الأجهزة وخاصة في أوقات الدراسة والإمتحانات، ومن هنا أيضاً يبرز دور الأسرة الفعال في إتخاذ الوسائل والإجراءات التعليمية لإبنائهم مع وسائط ووسائل الإعلام الجديد، إذ أنه من الضروري جداً إرشاد وتوعية الأبناء وتوعيتهم وتحذيرهم من التعامل مع وسائل الإتصال بشكلها السلبي.

- **القيم الأخلاقية التي يمكن استخلاصها من إجابات الفئة المبحوثة والتي تكون مناسبة كقواعد أخلاقية مناسبة لإستخدام شبكات التواصل.**

لبيان نتائج هذا المحور تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وترتيبها ترتيبا تنازليا، وكما يظهر ذلك في الجدول أدناه:

الجدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير القيم الأخلاقية

المتغيرات	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الأهمية النسبية	الرتبة
أن يكون المنشور مكتوباً بلغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها من دون استخدام السب والذم أو القدح تجاه الآخرين	4.49	0.535	عالية	4
عدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل	4.54	0.502	عالية	3
المحافظة على الآداب العامة	4.60	0.525	عالية	2
عدم استخدام الأسماء المستعارة	4.10	0.979	عالية	7
الأمانة والمصداقية عند نشر أي شيء	4.62	0.682	عالية	1
نشر القيم والأخلاق والدين	4.46	0.668	عالية	5
تبادل ونقل الثقافات	4.37	0.63	عالية	6
نشر الوعي لدى الشباب للاستخدام الأمثل لهذه البرامج	4.54	0.502	عالية	3
القيم الأخلاقية	**4.46**	**0.396**	**عالية**	

يوضح الجدول أعلاه المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري والأهمية النسبية لجميع متغيرات انتهاك القيم الأخلاقية، يبين الجدول أعلاه أن الأهمية النسبية لجميع المتغيرات كانت مرتفعة. حيث بلغ أعلى متوسط حسابي (4.62) وبانحراف ميعاري (0.682) للمتغير"الأمانة

والمصداقية عند نشر أي شيء"في حين بلغ أدنى متوسط حسابي (4.10) وبانحراف معياري (0.979) للمتغير"لا أفضل استخدام الأسماء المستعارة".

وهذه النتيجة تبين أن القيم الأخلاقية واحدة من أهم الأمور في وسائط الأعلام إذ أن المحافظة على القيم الأخلاقية من خلال عدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل يساهم في زيادة الأمانة والمصداقية عند المجتمع ويعزز من المحافظة على الأداب العامة، كما أنه يجب استخدام لغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها من دون استخدام السب والذم أو القدح تجاه الآخرين.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

تم تخصيص هذا الفصل لمناقشة النتائج التي تم التوصل إليهامن خلال معالجة استجابات المبحوثين إحصائيا وتفسيرها بحسب المعطيات التي أظهرتها الدراسة، كما تضمن الفصل خلاصة لأهم النتائج التي خرجت بها الدراسة، والتوصيات المقترحات التي توصلت إليها الباحثة بعد مناقشة النتائج.

❖ **مناقشة نتائج محور المعايير والأسس التي يقترحها أساتذة الإتصال والإعلام والقانون في المملكة الأردنية الهاشمية للوصول إلى ميثاق شرف أخلاقي لإستخدام الجمهور لشبكات التواصل الإجتماعي:**

تبين من نتائج الدراسة أن الأهمية النسبية لجميع متغيرات الدراسة الرئيسية كانت مرتفعه، بمعنى أن مجمل هذه المعايير تشكل الإطار العام الذي ينبغي أخذه بنظر الإعتبار عندما يتم بناء ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، على اعتبار أن الأخلاقيات تعمل على ضبط وتنظيم سلوك الفرد في المنزل مع الأسرة، أو الأماكن العامة أو مع الموظفين ضمن مؤسسة معينة، فضلا عن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

كما أوضحت النتائج أعلاه أن أفراد عينة الدراسة يهتمون اهتماما كبيرا بخصوصياتهم ويعتبرونها واحدة من أهم العناصر بعد عنصر الأخلاقيات؛ إذ أن الإطلاع ونشر معلومات أو صور أو وثائق أو بيانات تعود لهم أو للآخرين قد تسبب لهم أذى ماديا أو معنوياً وبالتالي فإن الحفاظ على هذا النوع من العناصر (الخصوصية) يساهم في الحفاظ على معلومات وأسرار الأشخاص والحفاظ على حقوقهم. أيضاً، أوضحت النتائج أعلاه أن للأسرة دور مهم في الإعلام إذ

أن اختيار الأسرة لإبنائها الإستخدام الأمثل لوسائل الإتصال يساهم في بناء وتعزيز الثقافة الإجتماعية للأبناء في التعامل مع وسائط الإعلام الجديد.

- **مناقشة نتائج محور المعايير المناسبة لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي.**

اتضح من نتائج الدراسة أن الأهمية النسبية لجميع المتغيرات كانت مرتفعة. لكن المتغير"التثبت من سلامة المعلومة وصدقها. قد تحصل على أعلى متوسط حسابي، بمعنى أن الضابط الأخلاقي الأهم في نشر المعرفة أو المعلومة أو الخبر لدى الجمهور هو التثبت من سلامة المعلومة وصدقها، وهذا يعزى إلى كون هذا المعيار يعد الأهم الذي تبنى عليها المواثيق الأخلاقية لاية مهنة في العالم. وفي المستوى المرتفع لكن في أدناه جاء المتغير"يعد النشر على الموقع لأي معلومة من أي جهة أو وسيلة وإعادة نشره بمثابة النشر الجديد" وذا أيضا يوضح أهمية التعامل بالمسؤولية ذاتها حتى لو في إعادة نشر معلومة كانت منشورة مسبقا، لأن المعلومة تحكمها مجموعة عوامل من أهمها وقت النشر، وظروفه، وهذا يتوافق ومعزى نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تؤكد على مراعاة الجانب الأخلاقي والمهني في بث المعلومة نصا كانت أو صورة.

- **مناقشة محور محددات عدم إنتهاك خصوصيات المواطن عبر هذه الشبكات.**

تبين من نتائج الدراسة أن الأهمية النسبية لجميع المتغيرات كانت مرتفعة، وهذا يدل على الأهمية البالغة - من وجهة نظر الأكاديميين القانونيين- لخصوصية الإنسانن وضرورة احترامها وعدم العمل على انتهاكها، ووضع الحدود اللازمة لمنع ذلك، ومن ذلك هو"عدم اختراق حسابات الآخرين" أو محاولة اختراقها، لما يمثله هذا السلوك من دناءة وتجاوز من قبل المخترق على حقوق

وخصوصيات الآخرين، وهذا يتنافي وأبسط القيم المجتمعية، لذا جاء تركيز الأكاديميين من الإعلاميين والقانونيين على وضع معايير صارمة للحد من انتهاك خصوصية المستخدم، معتبرين أن انتهاك حقوق وملكية الأفراد تعد بمثابة جريمة يعاقب عليها القانون، كما أكدت النتائج على ضرورة معرفة الشخص المرسل والمرسل إليه وذلك لأن المنشور من الممكن أن يصلح لشخص من دون الآخر، كما أكدت النتائج على حظر سرقة الصور من الحسابات ونشرها في حسابات أخرى، دون اتباع السياقات المعمول بها في الاقتباس والمشاركة.

- **مناقشة محور دور للأسرة ومؤسسات التنشئة الإجتماعية الأخرى في توجيه الأبناء لكيفية إستخدام هذه الشبكات.**

أظهرت نتائج الدراسة أن الأهمية النسبية لجميع فقرات محور دور الأسرة كانت مرتفعة، وهذا يعزى إلى أهمية الأسرة في الحفاظ على المعايير القيمية للإنسان من خلال تربيته ومراعاته ومتابعته وإرشاده، فهي المسؤولة بالدرجة الأساس عن توجيه الأبناء لكيفية استخدام الشبكات، وهي المسؤولة عن اختيار الأنسب والأفضل لاستخدام أبنائها لوسائل الإتصال" إلى الحد الذي تكون فيه مسؤولة حتى عن تحديد ساعات محددة ونادرة جدا لاستخدام الأبناء لهذه الشبكات والتوقيتات المناسبة لاسيما في أوقات الدراسة والإمتحانات".

وهذه النتائج تبين أن للأسرة دوراً مهماً وحساساً وأساسيا في المجتمع، فالفرد الواحد في الأسرة هو اللبنة الأولى في المجتمع، وصلاح أفراد الأسرة يعني صلاح المجتمع، ولبناء جيل واعٍ فإنه من المفروض معرفة كيفية التعامل مع وسائط الإعلام الجديد؛ وبالتالي يقع على عاتق الأسرة تنمية الثقافة الإجتماعية المناسبة للأبناء في التعامل مع وسائط الإعلام الجديد، كما أن تفعيل لغة

الحوار بين الآباء والأبناء يساهم في بناء وتعزيز الثقة بين الأبآء والأبناء. مثال ذلك؛ على الآباء أن يقوموا بتوعية أبناءهم بأن لا تبقى أجهزة وسائط الإعلام الجديد معهم لساعات متأخرة في الليل مع تحديد ساعات معينة من الوقت في استخدام هذه الأجهزة وخاصة في أوقات الدراسة والإمتحانات، ومن هنا أيضاً يبرز دور الأسرة الفعال في إتخاذ الوسائل والإجراءات التعليمية لإبنائهم مع وسائط ووسائل الإعلام الجديد.

- **مناقشة محور القيم الأخلاقية التي يمكن استخلاصها من إجابات الفئة المبحوثة والتي تكون مناسبة كقواعد أخلاقية مناسبة لإستخدام شبكات التواصل.**

بينت نتائج الدراسة أهمية جميع المتغيرات المذكورة، لكونها جميعا تشكل محتوى أخلاقي رصين، بدءً من "الأمانة والمصداقية عند نشر أي شيء"وحتى عدم تفضيل استخدام الأسماء المستعارة". وتأتي هذه النتيجة لتؤكد أن القيم الأخلاقية أهم الأمور في وسائط الأعلام وهي العنصر الجوهري في عملية الاتصال والتواصل، وأن المحافظة على القيم الأخلاقية من خلال عدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل يسهم في زيادة الأمانة والمصداقية عند المجتمع ويعزز من المحافظة على الأداب العامة، كما أنه يجب استخدام لغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها من دون استخدام السب والذم أو القدح تجاه الآخرين. وقد تمثلت القيم الأخلاقية التي توافق عليها الإكاديميون من الإعلاميين والقانونيين عند النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

- الأمانة والمصداقية عند نشر أي شيء
- المحافظة على الآداب العامة
- عدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل

- التركيز على نشر الوعي لدى الشباب للاستخدام الأمثل لهذه الشبكات
- أن يكون المنشور مكتوباً بلغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها
- تجنب استخدام السب والذم أو القدح تجاه الآخرين
- نشر القيم والأخلاق والدين
- التركيز على تبادل ونقل الثقافات
- عدم استخدام الأسماء المستعارة

خلاصة النتائج:

1.إن مجموعة من المعايير الأخلاقية هي ما تشكل الإطار العام الذي ينبغي أخذه بنظر الإعتبار عندما يتم بناء ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها معايير القيم الأخلاقية.

2.إن احترام خصوصية الفرد من أهم عناصر المواثيق الأخلاقية.

3.إن الضابط الأخلاقي الأهم في نشر المعرفة أو المعلومة أو الخبر لدى الجمهور هو التثبت من سلامة المعلومة وصدقها.

4.في إعادة النشر ينبغي التعامل بالمسؤولية ذاتها للنشر الأولي، لأن المعلومة محكومة بوقت النشر، وظروفه.

5.التأكيد على وضع معايير صارمة للحد من انتهاك خصوصية المستخدم، واعتبار الانتهاك جريمة يعاقب عليها القانون.

6.التأكيد على حظر سرقة الصور والمنشورات من حسابات الآخرين ونشرها في حسابات أخرى، دون اتباع السياقات المعمول بها في الاقتباس والمشاركة.

7.إن الأسرة هي المسؤولة بالدرجة الأساس عن توجيه الأبناء لاختيار الأنسب والأفضل لاستخدام أبنائها لوسائل الإتصال، ومسؤولة حتى عن التوقيتات المناسبة للاستخدام، لاسيما في أوقات الدراسة والإمتحانات".

8.إن المحافظة على القيم الأخلاقية وعدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل وتجنب دون السب والذم أو القدح تجاه الآخرين، يسهم في زيادة الأمانة والمصداقية عند المجتمع ويعزز من المحافظة على الأداب العامة.

9.وقد تمثلت القيم الأخلاقية التي توافق عليها الإكاديميون من الإعلاميين والقانونيين عند النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

- الأمانة
- المصداقية عند نشر أي شيء.
- المحافظة على الأداب العامة.
- عدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل.
- التركيز على نشر الوعي لدى الشباب للاستخدام الأمثل لهذه الشبكات.
- أن يكون مكتوباًبلغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها.
- تجنب استخدام السب والذم أوالقدح تجاه الأخرين.
- نشر القيم والأخلاق والدين.
- التركيز على تبادل ونقل الثقافات.
- عدم استخدام الأسماء المستعارة.

ميثاق شرف إعلامي مقترح

لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

1. يلتزم مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي باحترام خصوصية الأفراد في الاستخدام والنشر عبر الشبكات وعدم انتهاكها بأي طريقة من الطرق.
2. يحظر نشر معلومات أو صور أو وثائق أو بيانات تعود للآخرين قد تسبب لهم أذى ماديا أو معنوياً .
3. يلتزم المستخدم وشركات الاتصال بالمحافظة على أسرار المستخدمين الآخرين وحقوقهم في النشر، وعدم التجسس عليهم تحت أي ذريعة، باستثناء المستخدمين الذين يشكلون تهديدا فعليا للمجتمع والأمن القومي والقيم الاجتماعية العامة.
4. يحظر توجيه الإساءة المعنوية أو المادية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.
5. تكون مسؤولية الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب مسؤولية مشتركة بين الجهات القانونية والأسرة لأجل بناء وتعزيز الثقافة الإجتماعية في التعامل مع وسائط الإعلام الجديد.
6. يعد التثبت من سلامة المعلومة وصدقها الضابط الأخلاقي الأهم في نشر المعرفة أو المعلومة أو الخبر.
7. يعد النشر على الموقع لأي معلومة من أي جهة أو وسيلة بمثابة النشر الجديد من جهة المسؤولية الاجتماعية والقانونية.
8. يحظر اختراق حسابات الآخرين أو محاولة اختراقها، لما يمثله هذا السلوك من دناءة وتجاوز من قبل المخترق على حقوق وخصوصيات الآخرين، فضلا عن تنافيه وأبسط القيم المجتمعية.
9. حظر سرقة الصور أو المنشورات والروابط من الحسابات ونشرها دون اتباع السياقات المعمول بها في الاقتباس والمشاركة.
10. التزام الأمانة والمصداقية في النشر وعدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل، والمحافظة على الآداب العامة.

11. تفضيل عدم استخدام الأسماء المستعارة في الحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي.
12. التركيز على نشر المعرفة والمعلومات الثقافية والأخلاق الفاضلة ونشر القيم الانسانية العامة
13. يحظر استخدام السب والذم أو القدح تجاه الآخرين أو أديانهم أو قبائلهم، أو أصولهم العرقية، ومن يخالف ذلك يتحمل المسؤولية القانونية والاجتماعية بصورة كاملة.
14. يحظر نشر المنشورات التي تتضمن الدعوة الى الطائفية او التطرف والارهاب والعنصرية، أو انتهاك القوانين المقرة محليا ودوليا.
15. أن يكون المنشور مكتوباً بلغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها.

التوصيات

1.أن تقوم الهيئات الإعلامية والقانونية بعقد مؤتمرات متخصصة لمناقشة أهمية احترام الضوابط الأخلاقية للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

2.تضمين مناهج التعليم في المملكة الأردنية الهاشمية درساً في ضرورة مراعاة خصوصيات الآخرين وعدم انتهاك معلوماتهم ومنشوراتهم بطريقة غير لائقة.

3.تضمين تفصيل خاص لدى القضاء بالعقوبات اللازمة لمنتهكي خصوصية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، بناء على معطيات قانونية وأخلاقية بالاشتراك مع متخصصين إعلاميين، لوضع معايير مدروسة للحد من انتهاك خصوصية المستخدم.

4.تقديم برامج إعلامية توعوية للأسرة ودورها في توجيه أبنائهم عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ضوابط الاستخدام واحترام حرية الآخرين.

5.تقترح الدراسة أن يكون الميثاق الأخلاقي في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي متضمنا للمعايير الاتية:

أ- الأمانة والمصداقية عند نشر أي شيء

ب- المحافظة على الآداب العامة

ت- عدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل

ث- التركيز على نشر الوعي لدى الشباب للاستخدام الأمثل لهذه الشبكات

ج- أن يكون المنشور مكتوباً بلغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها

ح- تجنب استخدام السب والذم أو القدح تجاه الآخرين

خ- نشر القيم والأخلاق والدين

د- التركيز على تبادل ونقل الثقافات

ذ- عدم استخدام الأسماء المستعارة

المراجـع

المراجـع

أولا. المراجع العربية:

-القرآن الكريم

-السنة النبوية

— أبو أصبع، صالح(1995). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: آرام للدراسات والنشر والتوزيع.

— أسعد، عمرو محمد (2011)، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية دراسة على موقعي اليوتيوب YouTube والـ الفيس بوك Facebook.(رسالة دكتوراه غير منشورة). كلية الإعلام. جامعة القاهرة.

— اسماعيل, محمد حسام الدين(2003-أ).**المسؤولية الإجتماعية للصحافة**. القاهرة: الدار المصرية للنشر.

— اسماعيل, محمود حسن(2003-ب).**مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير**. مصر الاهرام: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

— أمين،رضاعبدالواجد(2009)**استخداماتالشبابالجامعيلموقعيوتيوبعلىشبكةالإنترنت"،أبحاثالمؤتمرالدولي)** الإعلام الجديد: تكنولوجياجديدةلعالمجديد، 7 - 9 ابريل، جامعةالمملكة،البحرين.

— البياتي، ياس خضير(2014). **الإعلام الجديد الدولة الإفتراضية الجديدة**. ط1. عجمان: دار البداية ناشرون وموزعون.

- الجمال,رباب رأفت محمد(2013).**أثر إستخدام شبكات التواصل الأجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي. (دراسة ميدانية).**قسم الصحافة. كلية الأتصال والإعلام. جامعة الملك عبد العزيز. المملكة العربية السعودية.

- حجاب، محمد منير (2004).**المعجم الإعلامي**. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

- حسام الدين، محمد (2003).**المسؤولية الاجتماعية للصحافة**. ط1، القاهرة: الدار المصرية للطباعة.

- درويش. شريف(2007). أزمة حرية التعبير والإعلام التقليدي في مواجهة التدوين. **ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الخامس لأكاديمية أخبار اليوم:** الصحافة والمستحدثات التكنولوجية في إطار التكامل والمنافسة 23-24 ديسمبر.

- ديفلير، ميليفين لـ.، وروكيتش، ساندرا بول(1993). **نظريات وسائل الإعلام**. ترجمة كمال عبد الرؤوف. القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.

- رابحي، سليمة(2012).**الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة وأنماط التبليغ التقليدية**. ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، 10/9 سبتمبر 2012.

- الرشيد, آلاء محمد(2013).**إستخدامات شبكتي التواصل الأجتماعي الفيسبوك وتويتر والأشباعات المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية**, (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الإعلام. جامعة الشرق الأوسط,الأردن.

— الرعود,عبد الله ممدوح(2011).**دور شبكات التواصل الأجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين**. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط. كلية الإعلام. الأردن.

— ساري، حلمي خضر(2008).**تأثير الاتصال عبر الانترنيت في العلاقات الاجتماعية. (**دراسة ميدانية في المجتمع القطري)**.مجلة الجامعة**، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني.

— سميسم، حميدة(2012). **نماذج ونظريات الاتصال**. محاضرات ألقيت على طلبة الماجستير في جامعة الشرق الأوسط. عمان.

— الشهري,حنان(2012). **أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الأجتماعية. (**رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الملك عبد العزيز,المملكة العربية السعودية .

— شيخاني,سميرة(2010).**الإعلام الجديد في عصر المعلومات** , بحث علمي محكم ومنشور في مجلة جامعة دمشق المجلد26 العدد الأول والثاني.

— صادق، عباس مصطفى(2008). **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**. عمان: دار الشروق

— صادق، عباس مصطفى(2011).**الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال**.

— صالح، سليمان(2012). **أخلاقيات الإعلام**. ط3. عمان: دار حنين للنشر والتوزيع.

— العبد، نهى عاطف(2005). **أطفالنا والقنوات الفضائية**. القاهرة: الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام

— عبدالحميد، محمد(2004).**نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**. ط2 . القاهرة: عالم الكتب.

— عقلة، محمد(1989). **نظام الأسرة في الإسلام**. ط2. عمان: مكتبة الرسالة الحديث.

— الغريب، سعيد(2001). الصحيفة الالكترونية والورقية.**المجلة المصرية لبحوث الإعلام،** جامعة القاهرة، العدد الثالث عشر، ديسمبر، القاهرة: مصر

— القاسمي، سلطان(2016). **مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد،** دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية في سلطنة عمان. **(رسالة ماجستير غير منشورة).** كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط. عمان.

— القرشي,خالد بن علي(2014).**أخلاقيات التواصل الأجتماعي الإلكتروني لدى طلاب الجامعات السعودية.** (أطروحة دكتوراه غير منشورة). الأصول الإسلامية للتربية وجامعة أم القرى,كلية التربية,المملكة العربية السعودية.

— ماكفيل، توماس (2005).**الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية.** ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي، العين: دار الكتاب الجامعي.

— مراد، كامل خورشيد(2014). **الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور - الخصائص - النظريات.** عمان: دار المسيرة.

— مرسي، مشري(2012). شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف.**مجلة المستقبل العربي،** لبنان، العدد 395، يناير 2012.

— المغذوي,عادل(2011). **ضوابط التواصل الإلكتروني من منظور إسلامي ومدى تحققها لدى طلاب التعليم الثانوي بالمملكة العربية السعودية.** (دراسة علمية محكمة ومنشورة) في مجلة كليةالتربية. جامعة الأزهر. العدد146, 2011, القاهرة.

— المقدادي، خالد غسان يوسف(2013).**ثورة الشبكات الاجتماعية**. ط1. عمان: دار النفائس للنشر.

— مكاوي, حسن عماد، والشريف, سامي(2001)."**تظريات الإعلام**". **ط1.**القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

— مكاوي، حسن عماد (2002) " **أخلاقيات العمل الإعلامي. القاهرة:** الدار المصرية اللبنانية.

— المنصور, محمد(2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين. **(رسالة ماجستير غير منشورة)**. مجلس كلية الاداب و التربية، الاكادمية العربية في الدنمارك.

— النعيمي، محمد عبدالعال، والبياتي، عبدالجبار، وخليفة، غازي جمال(2009). **طرق ومناهج البحث العلمي**. ط1، عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.

— نومار,مريم(2012). **استخدام مواقع الشبكات الأجتماعية وتأثيره في العلاقات الأجتماعية دراسةعينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر**. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الحاج لخضر. الجزائر.

ثانيا. المراجع الأجنبية:

— Blumler J., & Kale E. (1974). ***The Uses of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research***. Beverly Hills: Sage publication.

— Burgess, Jean, (2009). ***YouTube***: Online Video and Participatory Culture, 1st Edition, UK : Polity.

— Denis, M.(1987). Ma***ss communication theory: An Introduction***. 2ed Edition. London: Sage Publication.

- Harrison, R. & Thomas, M.(2009). Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning**. International Journal of Emerging Technologies & Society**, Vol. 7 (2).
- Kittiwongvivat, W. & Rakkanngan, P.(2010). **Facebooking your dream. (Master thesis**). School of Sustainable Development of society, Technology Faculty. Mälardalen University. Sweden.
- Littlejohn, S. W.(1978). Theories of Human Communication. Columbus, Ohio: Bell & Howell Co.
- McQuail(2005). ***McQuail's Mass Communication Theory***. 5th ed. (London: Sage Publications)
- Magid, L.& Collier, A.(2012). ***A Parents' Guide to Google+.*** ConnectSafely.org. P.3
- Mesbah, H(.1991). Uses and gratification of television viewing among Egyptian adults**. (MA Thesis).** Department of Journalism and Mass communication, The American University of Cairo, Egypt.
- Palmgreen, P. et al(1992). ***Media Gratification***. Robin Research: Bererly Hills Sage.
- Schie, G. V.(2015). ***Moral Mediation In Mobile Instant Messaging Apps***. Utrecht University Repository.

ثالثا. المواقع الإلكترونية:

— أمينة، عادل، خليفة، هبة(2013). الشبكات الاجتماعية و تاثيرها على الاخصائي والمكتبة. دراسة شاملة للتواجد والاستخدام. أون لاين:

httlp://.eleagypt.com/downloads/2009/amina heba.doc.2013/1/3.

— الصادق، عادل عبد(2013). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية

http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883§eid$501.2013/1/15.h 22 :08

— الطيب، الوافي، ولطيفة، بهلول(2013): البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات.(http://www.hrdiscussion.com/hr18783.html

— القاضي، محمود(2013). الوعي هو السلاح في عصر المعلومات (الشبكات الاجتماعية، الفرص المحفوفة بالمخاطر).

http : //www.luxorlink.com/bank39html.2013/3/7h20 :05.

— Boyd , D. M. & Ellison, N. B.(2010). Social Network Sites ; Definition , History and Scholarship. Journal of Computer Mediated Communication, Vol.(13), (1) [online]: http://icmc.indiana.edu/vol13issue1/boyd,ellison.html

— http://www.abc-clio.com/ODLIS/searchODLIS.aspx

— http://www.davincisys.net/ar/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AF%D9%88%D9%86%D8%A9/145-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A8%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A

ملاحق الدراسة

(ملحق 1)

الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

الأستاذ الدكتور..............................المحترم

تحية طيبة

تقوم الباحثة بإعداد رسالة ماجستير في تخصص"الإعلام"في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط تحت عنوان" أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الأجتماعي من وجهة نظر عينة من أساتذة الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية ".

ولهذا الغرض أعدت الباحثة أستبانة خاصة تتضمن فقرات تلبي أهداف الدراسة,وأن مجتمع البحث لهذه الدراسة يقتصر على عينة من أساتذة الأتصال والإعلام والقانون في الجامعات الأردنية.

فأرجو التكرم بتعبئة فقرات الأستبانة بما يمثل رأيكم الكريم بالبدائل المقترحة أمام كل سؤال

وأكون ممتنة جدا لو تفضلتم بالإجابة

وجزاكم الله خير الجزاء

الطالبة :سلطانة الخريشا

- **المعلومات الديموغرافية:**

- الرتبة: أستاذ أستاذ مشارك

أستاذ مساعد مدرس

- التخصص العام:........................... التخصص الدقيق........................

- عدد سنوات الخبرة في التدريس الجامعي:

3 سنوات فأقل من 4-8 سنوات

من 9-13سنة من14سنة فأكثر

- النوع الأجتماعي: ذكر أنثى

- تصنيف الجامعة : حكومية خاصة

المفاهيم

1.**الأخلاقيات:** هي شكل من أشكال الوعي الإنساني يقوم على ضبط وتنظيم سلوك الإنسان في كافة مجالات الحياة الأجتماعية بدون استثناء في المنزل مع الأسرة ,وفي التعامل مع الناس,في السياسة ,والعلم والأماكن العامة.

2.**النقد المباح :** هو إبداء الرأي في أمر قد جعل دون أن يمس النقد صاحب الرأي نية التشهير أو الحط من كرامته.

3.**حق النشر:**هو حق قانوني تم إنشاؤه وفقا لقانون البلد الذي يمنح خالق العمل الأصلي الحق الحصري لاستخدامه وتوزيعه.

4.**انتهاك الخصوصية:**هو الإطلاع على خصوصيات الآخرين دون علمهم أو إذن منهم .

5.**جريمة السب:**هو إسناد معنى يخدش شرف واعتبار شخص معين بإحدى طرق العلانية لا يتضمن إسناد واقعة معينة.

6.**جريمة القدح:**الأعتداء على كرامة الغير أو شرفه أو اعتباره –ولو في معرض الشك والاستفهام-من دون بيان مادة معينة.

7.**جريمة الذم:**إسناد أمر للغير موجب لاحتقاره أو النيل من شرفه وكرامته أو يعرضه لبغض الناس وإحتقارهم بإحدى صور العلانية.

8.**الملكية الفكرية:** هي نتاج فكر الإنسان من إبداعات مثل :الاختراعات والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والأغاني والكتب والرموز والأسماء.

أسئلة الأستبانة

	المجال:المعايير المناسبة للاستخدام	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	موافق	موافق بشدة
	أولا:المجال المتعلق بالمعايير المناسبة لاستخدام الشبكات					
1.	أن يكون المستخدم على معرفة كاملة للعناصر القانونية للنقد المباح في مقام الموظف العام					
2.	أن يكون النقد الموجه للأشخاص أو الهيئات ينطوي على مصلحة عامة للمجتمع					
3.	التثبت من سلامة المعلومة وصدقها					
4.	تعد جريمة النشر من الجرائم التي تقع ضمن قانون المطبوعات والنشر					
5.	تعامل المادة المنشورة إلكترونيا معاملة المادة الصحفية المنشورة ورقيا بموجب قانون المطبوعات					
6.	يعد النشر على المواقع لأي معلومة					

	من أي جهة أو وسيلة وإعادة نشره بمثابة النشر الجديد					
7.	أرى إن لا يكون هناك مخالفة لقوانين الدولة في مجال النشر					
8.	فرض عقوبات رادعة وعادلة على منتهكي خصوصية المستخدمين					
9.	توجيه الشباب إلى ضرورة الإلتزام والتقيد بتشريعات الإعلام					
10.	تطبيق قانون المطبوعات والنشر على جميع المطبوعات الإلكترونية					
	ثانيا:المجال المتعلق بانتهاك خصوصية المستخدمين					
11.	أن ينصب النقد على الآراء والأداء دون المساس بالشخصية					
12.	حظر نشر صور مزيفة أو مفبركة يحاسب عليها القانون					
13.	عدم نشر صور أشخاص بدون علمهم					

	أو موافقتهم					
.14	تجريم وعقاب وإثارة مسؤولية الذين يثبت اختراقهم للحسابات الشخصية من قبل الجهات القضائية					
.15	عدم إنتهاك حق المؤلف والملكية الفكرية					
.16	مراعاة الوقت المناسب للتواصل					
.17	عدم اختراق حسابات الآخرين					
.18	عدم سرقة الصور من الحسابات ونشرها في حسابات أخرى					
.19	عند نشر المنشور يجب أن يكون المرسل معروفا لدى المرسل إليه فالمنشور ممكن أن يصلح لشخص من دون الأخر					
	ثالثا:المجال المتعلق بدور الأسرة					
.20	على الأسرة اختيار الأنسب والأفضل لاستخدام أبنائها لوسائل الأتصال					

	الأجتماعي					
.21	على الأسرة تنمية الثقافة الأجتماعية المناسبة للأبناء في التعامل مع وسائط الأعلام الجديد					
.22	تفعيل لغة الحوار بين الآباء وأبنائهم					
.23	أن لا تبقى الأجهزة مع الأبناء لساعات متأخرة في الليل					
.24	تحديد ساعات محددة ونادرة جدا لاستخدام الأبناء لهذه البرامج في أوقات الدراسة والامتحانات					
.25	ترى الباحثة انه يجب منع حمل الأجهزة في المدارس					
.26	يجب تنظيم وقت الأسرة وعمل نشاطات خارجية					
.27	استشارة الأخصائيين التربويين للحد من ظاهرة إدمان الإنترنت واهدار الوقت بلا فائدة					
.28	إرشاد وتوجيه الأبناء من هذه البرامج					

	وتحذيرهم من التعامل مع وسائل الأتصال الجديد بشكل سلبي					
	رابعا:المجال المتعلق بالقيم الأخلاقية					
.29	أن يكون المنشور مكتوبا بلغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها من دون استخدام السب أو الذم القدح تجاه الآخرين					
.30	عدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل					
.31	المحافظة على الآداب العامة					
.32	عدم استخدام الأسماء المستعارة					
.33	الأمانة والمصداقية عند نشر أي شيء					
.34	نشر القيم والأخلاق والدين					
.35	تبادل ونقل الثقافات					
.36	نشر الوعي لدى الشباب للاستخدام الأمثل لهذه البرامج					

(الملحق 2)

أعضـاء التحكيم

ت	الأسم	التخصص	الجامعة
1	أ.د عزت حجاب	الأذاعة والتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط
2	أ.د تيسير أبو عرجة	الصحافة	جامعة البترا
3	أ.د عبد الرزاق الدليمي	الدعاية والأعلام	جامعة البترا
4	أ.د فائق الشماع	قانون خاص	جامعة الشرق الأوسط
5	أ.د محمد الجبور	قانون عام	جامعة الشرق الأوسط
6	د.رائد البياتي	أذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط
7	د.محمد المناصير	تاريخ ومجال معرف أذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط
8	د.محمد صاحب سلطان	علاقات عامة	جامعة البترا
9	د.محمد الشباطات	قانون دستوري	جامعة الشرق الأوسط
10	د.علي الدباس	قانون دستوري	جامعة البترا
11	د.محمد أبو الهيجاء	قانون خاص	جامعة الشرق الأوسط

الملحق رقم (3)

التدقيق اللغوي

الموضوع/ تدقيق لغوي

أؤيد تدقيق رســـالة الباحثة (**سلطانة جدعان نايف خريشة**) طالبة الماجستير في جامعة الشرق الأوسط– كلية الإعلام، والموســومة (**أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الإجتماعي من وجهة نظر عينة من أساتذة الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية**)، تدقيقاً لغويــاً من قبلي بنـــاء على طلبها.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام...

التوقيع:................

مكتب دار المعرفة– عمان

هـ: 00962 795563164

2016/10/20